

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD PARA VALORAR LA
GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)
EN LAS PYMEs DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
SUBSECTOR CIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE
MAQUINARIA Y EQUIPO

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

CARLA EMILIA HINOJOSA CÁCERES

DIRECTOR: ECON. PABLO LÓPEZ, MBA

QUITO, SEPTIEMBRE 2013

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Econ. Pablo López, MBA

INFORMANTES:

Ximena Villamar E., Mgtr

Ing. Genoveva Zamora M., MBA

DEDICATORIA

Esta disertación va dedicada a mis padres Jorge y Mercy que siempre supieron darme todo su apoyo y comprensión, también a Roberto que me acompañó a lo largo de mis estudios con su espíritu alentador, a mis hermanos, Jorge Luis, David, Sofía y Juan José.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero a Dios por darme la oportunidad de realizar mis metas, a mi familia que siempre estuvo alentándome a terminar mis estudios, a Roberto que siempre confió en mí, a mis profesores Genoveva, Ximena y Pablo que estuvieron siempre dispuestos a guiarme en esta disertación.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.3 OBJETIVO GENERAL	5
1.3.1 Objetivos Específicos	6
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.4.1 Teórica.....	7
1.4.2 Práctica	11
CAPÍTULO 2. FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	13
2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS.....	13
2.1.1 Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial	16
2.1.2 Contexto Mundial y Desarrollo sostenible	24
2.1.3 Responsabilidad de la empresa ante la sociedad	33
2.2 LA RSE, UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS.....	34
2.2.1 Grupos de interés.....	34
2.2.2 La creación de valor en la empresa y los beneficios de la RSE.	41
2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE	44
2.3.1 Normativa internacional	44
2.3.2 Memorias de Sostenibilidad	61
CAPÍTULO 3. TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	65
3.1 MANUFACTURA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS	65
3.1.1 Definición de la Industria Manufacturera	65
3.1.2 Comportamiento de la Industria Manufacturera.....	66
3.2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS	71
3.2.1 Reseña Histórica.....	71
3.2.2 Indicadores relevantes del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo.....	73
3.3 SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	77
3.4 APORTES A LA ECONOMÍA DEL SUBSECTOR CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	87
3.4.1 Generación de Valor Agregado.....	88

3.4.2 Consumo	89
3.4.3 Empleo	90
3.5 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMEs	91
CAPÍTULO 4: ASPECTOS METODOLÓGICOS	107
4.1 METODOLOGÍA APLICADA	107
4.1.1 Técnicas de recolección de información	109
4.1.2 Población.....	110
4.1.3 Tamaño de Muestra.....	111
4.2 Trabajo de Campo	112
4.3 Metodología UNIAPAC para PYMEs	115
CAPÍTULO 5: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	117
5.1 RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS	117
5.1.1 Ética y transparencia	117
5.1.2 Calidad de vida.....	120
5.1.3 Generación y distribución de la riqueza.....	123
5.2 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	126
5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS	128
5.4 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL	133
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR CIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	134
6.1 DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN	134
6.1.1 Interpretación	136
6.1.2 Análisis de las Líneas estratégicas	137
6.2 DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	140
6.2.1 Sólido	140
6.2.2 Inestable	141
6.2.3 Riesgo.....	143
6.2.4 Conclusión del Índice de sostenibilidad.....	143
6.3 DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	143
6.3.1 Ética y transparencia	144
6.3.2 Calidad de vida.....	144
6.3.3 Generación y distribución de la riqueza.....	145
6.3.4 Conclusión del Índice de Congruencia.....	145
6.4 CUADRO DE RECOMENDACIONES	146
BIBLIOGRAFÍA.....	161

ANEXOS.....	164
ANEXO N° 1	165
Encuesta del Proyecto de Investigación: “Diagnóstico de Sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito”	165
ANEXO N° 2	170
Clasificación PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo	170

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas tienen un rol importante en el desarrollo de la sociedad, se las considera como uno de los principales motores de la sociedad moderna, siendo así que la RAE (Real Academia Española) define a la empresa como una “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”¹.

Partiendo de este concepto se puede afirmar que la empresa es una organización integradora en donde los accionistas invierten su dinero, los trabajadores encuentran fuentes de empleo, proveedores y demás empresas relacionadas pueden entablar alianzas estratégicas, el gobierno y las entidades públicas controlan que se cumplan las leyes y los consumidores encuentran los productos y servicios que cubran sus necesidades, de esta forma se evidencia la cadena que conlleva el funcionamiento de una empresa.

En esta disertación se analiza cual es la situación de las PYMEs de la Industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), específicamente del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, frente a la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial.

¹ Diccionario de la Lengua Española , Vigésima segunda edición

En el capítulo uno se encuentran los antecedentes que son el motivo por el cual se plantea el problema y se formula los objetivos generales y específicos para la realización del diagnóstico de sostenibilidad en las PYMEs del DMQ, además contiene las respectivas justificaciones teóricas y prácticas de la importancia de implementar el diagnóstico de sostenibilidad.

A continuación en el capítulo dos se da a conocer los fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial, se trata de analizar los conceptos y tendencias de mayor relevancia de la RSE y también de entender como se ha desarrollado desde sus inicios hasta la actualidad y a nivel mundial, tomando en cuenta a los grupos de interés y a las principales normativas que existen.

En el capítulo tres se detalla brevemente a la industria manufacturera del país y se analizan las variables económicas y financieras de las PYMEs del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, se encuentran también las actividades específicas que abarca este subsector dentro de la clasificación CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme).

El capítulo cuatro contiene la metodología con la cual se realiza el procesamiento de la información, la principal herramienta es el Autodiagnóstico de Sostenibilidad del Protocolo RSE de Uniapac Latinoamérica y la aplicación de la investigación concluyente descriptiva, en este capítulo se encuentran la población y tamaño de la muestra que son fundamentales para el trabajo de campo.

En cuanto al capítulo cinco contiene los resultados de la investigación obtenidos de aplicar el cuestionario de la UNIAPAC, el cual se procesó mediante tres líneas estratégicas que son: Ética y transparencia; Calidad de vida y Generación y distribución de la riqueza. Cada una de ellas analizadas en relación con los stakeholders (Accionistas e inversionistas, Personas que integran la empresa, Proveedores, Distribuidores y clientes, Gobierno, Comunidad-sociedad, Competencia y Generaciones futuras).

El capítulo seis señala las conclusiones del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, y expone las recomendaciones que se pueden aplicar referente al tema de Responsabilidad Social Empresarial.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial, es uno de los temas vigentes en la actualidad entre las empresas, es la contribución activa para el mejoramiento social, económico y ambiental. Es un instrumento que brinda apoyo a los trabajadores, familias, comunidad local y sociedad en general.

Hoy la RSE es considerada una actividad estratégica, en lugar de una práctica adicional que realizan algunas organizaciones, muchas empresas actualmente son evaluadas por sus clientes en función de su labor social.

La RSE debe ser impulsada por la alta dirección, de lo contrario, es periférica², se debe integrar la RSE en la planificación estratégica acorde con la visión, misión, valores y estrategias de la empresa, haciendo seguimiento de las operaciones, teniendo en cuenta la forma de ir progresivamente mejorando el desempeño responsable y medir el impacto de la implementación de dichas prácticas.

Existe el estereotipo de que ser socialmente responsable implica altos costos, y es por eso que las empresas no se involucran en el tema de RSE, lo que se debe entender es que aplicando estrategias y creando políticas, los esfuerzos de RSE se traducen en eficiencia, es decir mejor uso de recursos e incremento de la productividad, facilitando así la conexión

² R. MORÁN. (2011). *¿Cómo lograr autenticidad en la RSE?*. Quito: Revista EKOS, pág. 56.

con los consumidores. Por lo tanto cumplir con las leyes y reglamentos no es suficiente, el objetivo es estar a la vanguardia pero eficientemente.³

Hablar sobre desarrollo sustentable implica pasar de un desarrollo en términos cuantitativos (basado en el crecimiento económico), a uno de tipo cualitativo, donde se establecen estrechas vinculaciones entre aspectos económicos, sociales y ambientales, en un renovado marco institucional democrático y participativo, capaz de aprovechar las oportunidades que propone abarcar simultáneamente en estos tres ámbitos.

En esta disertación analiza el desarrollo sustentable de las PYMEs de la Industria manufacturera del DMQ, en este caso específicamente del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, el cual comprende las actividades especializadas de reparación de productos del sector para volver a poner en funcionamiento maquinaria, equipo y otros productos.⁴

Con la información expuesta en esta disertación se ha podido realizar un análisis de lo que es la RSE en las PYMEs del DMQ, siguiendo el modelo de la UNIAPAC se han encontrado índices y cifras relevantes del subsector CIIU C33 en cuanto a: Ética y transparencia, Calidad de vida y Generación y distribución de la riqueza, todo esto relacionado con cada uno de los grupos de interés (Stakeholders) que señala el modelo.

³ IBÍDEM, pág. 58.

⁴ Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), Revisión-4, Naciones Unidas, 2009.

CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA⁵

El tema de la RSE ha tenido un importante desarrollo, como consecuencia de la influencia de la globalización, el avance tecnológico y el surgimiento de economías emergentes donde ha crecido de manera significativa la fabricación de productos, a veces producidos en condiciones de desatención a los derechos laborales y al medio ambiente. También ha influenciado la percepción de que los recursos naturales son limitados y que no pueden seguir consumiéndose al ritmo actual, existe una sensibilidad general hacia la preocupación de la responsabilidad empresarial con la sociedad.

Los directivos y personas que interactúan en las empresas, tienen una cultura e ideología equivocada de lo que es crecimiento y desarrollo puesto que, asocian al crecimiento con la generación de riqueza en la obtención de utilidades bajo distintas modalidades de producción y comercialización dejando a un lado lo que realmente es generar valor para el desarrollo y crecimiento empresarial tanto interno como externo.

⁵ Tomado del Proyecto de Investigación “Diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito”

Creación de valor va más allá de gestionar medios para obtener utilidades a corto plazo, se trata de crear valores esenciales a través del diseño y aplicación de políticas éticas plasmadas en estrategias empresariales, en pro del mejoramiento de la calidad de vida, en el cuidado de los recursos que sirven como fuente de su producción y que vayan de la mano con la misión, visión y objetivos de la empresa siendo direccionadas a los Stakeholders de forma permanente. Se puede decir que hay empresarios que si aplican la creación de valor en sus empresas, pero son muy pocos, la mayoría se concentra y genera utilidades sin preocuparse si en el proceso se abusa de los recursos tanto naturales como humanos. Es en este punto es donde se observa que tipo de ética manejan los empresarios que dirigen las corporaciones, existe la interrogante ¿son responsables o no lo son?, como se dijo anteriormente, son muy pocas empresas que se preocupan, ya que la gran mayoría cumplen con los beneficios de ley pero, no crean beneficios adicionales necesarios para sus empleados, otras no están al día con las obligaciones que tienen con las entidades de control, algunas buscan la manera de evadir impuestos, etc. Es así como se ve reflejada la carencia de cultura organizacional y una deficiente administración que tienen gran parte de las empresas en el Ecuador.

Las empresas no tienen un conocimiento claro de las normas que apuntan al desarrollo de la RSE, por ello se pretende determinar los riesgos y debilidades de las PYMEs que por el desconocimiento de las normas, no regulan su funcionamiento y relaciones con cada uno de los grupos de interés.

Este proyecto pretende realizar un diagnóstico de sostenibilidad de las PYMEs en las prácticas de RSE como filosofía de gestión. Al recomendar la realización del diagnóstico de sostenibilidad se pretende contribuir a la identificación de los elementos de gestión,

ética y transparencia, calidad de vida y satisfacción de las necesidades materiales; factores que pueden afectar las relaciones con los grupos de interés (stakeholders).

El estudio ofrece una oportunidad para concienciar, motivar e involucrar a empresas pequeñas y medianas del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo del Distrito Metropolitano de Quito, sobre la importancia de gestionar de manera responsable, alcanzando una ventaja competitiva para el sector manufacturero y su positiva incidencia en el desarrollo del país.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué riesgos y debilidades se evidencian en el Diagnóstico de Sostenibilidad que pueden provocar el rechazo de los grupos de interés y que si son descuidados de manera sistemática, pueden afectar las relaciones con los diferentes stakeholders?.

1.3 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial, y las relaciones con los grupos de interés de las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito correspondiente al subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo.

1.3.1 Objetivos Específicos

- Identificar las características del subsector CIIU C33 Reparación e instalación de maquinaria y equipo, en cuanto a los factores políticos, económicos y sociales en los que se desenvuelven.
- Realizar el diagnóstico de sostenibilidad para determinar los riesgos y debilidades de las PYMEs del DMQ del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, para orientar la gestión de RSE.
- Evaluar el grado de coherencia de la responsabilidad social en las PYMEs del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, medido como la respuesta a las expectativas de los grupos de interés en cuanto a las líneas estratégicas: Ética y transparencia, Calidad de vida y la Generación y distribución de riqueza.
- Determinar el índice de sostenibilidad global de las PYMEs del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipos, expresados como el grado de solidez y sostenibilidad de la empresa.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Teórica

La preocupación por los impactos sociales, ambientales y económicos que generan las empresas se han acentuado en las últimas décadas, debido que existe una sociedad más informada y al tanto del avance tecnológico, globalizada; por otra parte movimientos activistas preocupados por el bienestar de la sociedad en su conjunto, exigen un comportamiento ético, valores llevados a la práctica a través de la manera en que se realizan los negocios. La necesidad de procurar una visión de desarrollo sostenible, a través de las actividades cotidianas y lógicas económicas, ambientales y sociales coherentemente alineadas. El desafío es plasmar en las pequeñas y medianas empresas la ética de responsabilidad social, despertando su interés y conciencia sobre la ventaja competitiva que pueden lograr al adoptarla.

Se considera a la RSE como un modelo de gestión o marco de referencia para las empresas independientemente de su tamaño, que incorpora los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el ambiente, para actuar en beneficio mutuo, tanto de la organización como de la naturaleza y de las partes interesadas, más allá del cumplimiento de las exigencias legales. Forma parte de la estrategia fundamental de toda organización, a través de la asignación de responsabilidades y rendición de cuentas en todos los niveles.

Es el compromiso voluntario por asumir un comportamiento ético y transparente; siendo un proceso global para mejorar continuamente su desempeño de protección a las personas, al ambiente y contribuir al desarrollo de su territorio y de la sociedad en general. Remplazando los antiguos preceptos de desarrollo y crecimiento (maximización de beneficios económicos), a través de la adopción e implementación de normas que den una nueva dirección a las empresas que demuestren lo que realmente es desarrollo, que va más allá de réditos económicos, que se enfatiza en la creación de una cultura basada en los valores éticos y morales, perfeccionamiento de capacidades para un desarrollo sostenible con el objetivo de hacer que las generaciones futuras sean prósperas y se manejen bajo una estrategia empresarial de ética sostenible.

Esta iniciativa, está basada en la Norma ISO 26000, que establece lineamientos en materia de Responsabilidad Social.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito publicó, el 14 de marzo del 2011 en el Registro Oficial, la Ordenanza Municipal de Responsabilidad Social N° 333 que tiene como objetivo incentivar a las empresas públicas y privadas, que desarrollan actividades en la capital ecuatoriana, a incorporar de manera integral la Responsabilidad Social en su modelo de gestión. La intención de esta nueva normativa es que las organizaciones e instituciones, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, ejecuten estrategias de Responsabilidad Social que maximicen la contribución a un Desarrollo Sostenible, generando planteamientos integrales acordes al contexto del DMQ.

Este cuerpo legal define la oportunidad para concienciar, motivar e involucrar a empresas y gobiernos sobre la importancia de vivir de una manera responsable, generando un territorio competitivo y una sociedad sostenible. De esta manera, se podrá reconocer a las mejores prácticas de Responsabilidad Social en el Distrito Metropolitano.

Como parte de la Ordenanza, se creará el Consejo Metropolitano de Responsabilidad Social para institucionalizar un espacio de diálogo y participación, donde los distintos grupos de interés podrán expresarse sobre la situación actual de la Responsabilidad Social y proponer acciones que contribuyan al fomento de la misma. Todas las personas tienen derecho por igual a dar su opinión para generar cambios que beneficien a la sociedad.

Este es un modelo de gestión de organizaciones e instituciones, que incorpora los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el ambiente, para actuar en beneficio mutuo, tanto de la organización como de la naturaleza y de las partes interesadas (empleados, proveedores, clientes y distribuidores, etc.), más allá del cumplimiento de las exigencias legales.

Es el compromiso voluntario por asumir un comportamiento ético y transparente; es un proceso global para mejorar continuamente su desempeño, de protección a las personas, al ambiente y contribuir al desarrollo de su territorio y de la sociedad en general.

La gestión de RSE toma en cuenta: principios y valores integrados en la misión y visión; generando políticas y prácticas relacionados con los grupos de interés (stakeholders; empleados y trabajadores; dueños, inversionistas y accionistas; clientes y consumidores; proveedores, contratistas y competidores; Gobierno Nacional, provincial y local; ONG; asociaciones, gremios y sindicatos; comunidad y sociedad en su conjunto) a quienes la organización puede impactar o ser impactada (positiva o negativamente) por cualquier decisión o actividad; el entorno, en el cual una organización opera; rendición de cuentas, condición de responder por decisiones y actividades ante los organismos de control, autoridades legales y, más ampliamente, ante sus otras partes interesadas.

Se puede afirmar que las prácticas responsables pueden representar una ventaja comparativa para la empresa, no solamente por la diferenciación y la aceptación que los consumidores y clientes le den a los productos manufacturados de forma responsable, sino que muchas prácticas son más eficientes. Las empresas deben ser responsables por razones éticas y morales porque es lo que “hay que ser” y “hacer”, un cambio de paradigma que responde a los tres objetivos de la línea base, económico, social y ambiental. Se propone en el estudio realizar un diagnóstico de sostenibilidad que permita valorar la gestión de RSE en las PYMEs del DMQ.

En conclusión, las empresas en general pueden encontrar en la RSE un aliado que les ayude a mejorar su reputación e imagen y además analice las necesidades de sus stakeholders para brindar la ayuda adecuada. Las empresas tienen como opción la aplicación de la norma ISO 26000, pese a que no es obligatoria, son lineamientos

que pueden seguirse con el fin de ser competitivas en el marco global, pero retribuyendo a la sociedad los beneficios que obtienen de ella.

1.4.2 Práctica

La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:

- **Impactos científicos:** concienciar, motivar e involucrar a las PYMEs sobre la importancia de una gestión responsable, que contribuya al desarrollo de una sociedad sostenible.
- **Impactos tecnológicos:** Motivar la generación de informes de responsabilidad social como herramienta de rendición de cuentas y práctica habitual de convivencia; sistematizar, registrar y difundir las buenas prácticas de RSE en forma transparente.
- **Impactos educativos, culturales:** El proyecto propuesto afianza el proceso investigativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, tanto desde el punto de vista metodológico y práctico, como en la formación académica de sus estudiantes. Existe una base de datos confiable, producto de investigaciones anteriores, que permitirá el éxito del trabajo de campo.

- **Impacto en la solución de problemas de la sociedad:** Promover el desarrollo sostenible, que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El desarrollo sostenible se refiere a la integración de los objetivos de calidad de vida elevada, salud y prosperidad con la justicia social y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para preservar la vida en toda su diversidad. Los objetivos de la triple línea: sociales, económicos y ambientales son interdependientes y se refuerzan mutuamente, cuyos resultados se reflejan en los informes anuales de responsabilidad social de las empresas. Esto posibilita evaluar su desempeño en términos del grado de gestión y sostenibilidad en el largo plazo, acciones hacia una actuación integral responsable y cumplimiento sostenible con los grupos de interés o stakeholders.
- **Relación con otros proyectos:** Este estudio está relacionado con la línea de investigación enfocada al mejoramiento de las PYMEs, siendo estos: “Caracterización de la PYME de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”, “Ingeniería de negocios para el mejoramiento de gestión de las PYMEs”, y “Análisis de las brechas competitivas en las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito” se encuentran estrechamente relacionados, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos ahora propuestos.

CAPÍTULO 2. FUNDAMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2.1 CONCEPTOS Y TENDENCIAS

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también llamada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y su valor añadido.

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una herramienta de gestión empresarial, una nueva visión de negocios que incorpora la preocupación por el desempeño económico de la empresa y su impacto en los stakeholders. Es una actitud estratégica que se manifiesta en la capacidad de la empresa para oír, comprender y satisfacer las expectativas e intereses legítimos de sus diversos públicos”.⁶

Actualmente, el concepto de RSE se encuentra en pleno desarrollo. Aún no se ha cristalizado. La mayoría de las instituciones empresariales, nacionales e internacionales, le brindan una dimensión operativa, pragmática, y equiparan el término (Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa) a otros conceptos, que no

⁶ Publicación de Acción Empresarial., (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo*.

son sinónimos pero si complementarios, como son sustentabilidad y ciudadanía corporativa.

A continuación se encuentran algunas de las definiciones o enfoques adoptados por diferentes organismos que impulsan el tema. Algunas de estas definiciones operativas ya se han ido consolidando con la práctica.

Organización Internacional del Trabajo (OIT):

“La responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario”.⁷

Unión Europea:

Libro Verde, Fomenta un Marco Europeo para la Responsabilidad Social Empresarial. En el Libro Verde, la RSE se define como la “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.⁸

⁷ Organización Internacional del Trabajo., (2007). **Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa (RSE).**

⁸ Libro Verde UE, 2001

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE):

Las líneas directrices de la OCDE (elaboradas en 1976 y revisadas en el año 2000) para empresas multinacionales, contienen recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales realizadas por 33 gobiernos a compañías internacionales procedentes de países miembros o con operaciones en sus territorios. En la actualidad es el único código de conducta multilateralmente adoptado. Aunque las líneas directrices no definen expresamente el concepto de responsabilidad social corporativa, entre sus objetivos se menciona el de “potenciar el aporte de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible” para “garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales”.⁹

Forum EMPRESA, Business for Social Responsibility (BSR) y Acción Empresarial:

Estas organizaciones empresariales de las Américas (Norte, Centro y Sur), han logrado consensuar una definición pragmática de la RSE como “una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”¹⁰. Esta definición aduce que este conjunto de acciones, políticas y prácticas son desarrolladas en forma voluntaria por las empresas y van más allá de lo exigido por la ley.

⁹ OCDE, 2000, Pág. 1

¹⁰ Acción Empresarial. www.accionempresarial.cl

De estas definiciones se debe destacar que el contenido de la RSE es dinámico, variable en el tiempo y se ajusta al país y a la empresa, puesto que debe responder a las expectativas de sus stakeholders.

2.1.1 Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial

En el siglo XXI cada vez son más los inversionistas y consumidores que exigen que las compañías se responsabilicen por los impactos ambientales y sociales que pueden generar sus acciones. Aquellas organizaciones que escuchan estas peticiones son estratégicamente reconocidas por el mercado. En tanto, las negligentes son penalizadas, usualmente con costos muy altos. Sobre todo en el mundo desarrollado, y cada vez más en los países de la región latinoamericana, las empresas están sometidas al escrutinio de la sociedad civil y de los medios de comunicación.

En una encuesta realizada en el World Economic Forum los Chief Executive Officers (CEOs) de las principales empresas allí presentes, reveló que uno de los seis temas de la agenda permanente del CEO, es la Responsabilidad Social Empresarial. Además demostró que este asunto no lo toman como un tema de relaciones públicas, sino como una temática trascendental para su rentabilidad y prioritaria en la asignación de utilidades para los próximos años.¹¹

¹¹ IBÍDEM, Pág. 14

Por su parte, académicos y estudiosos del tema encontraron 4 tendencias en la administración:

1. Las empresas se redefinen en cuanto a la visión y estrategia empresarial, incluyendo el concepto de RSE de las mismas;
2. Surge la necesidad de definir indicadores de desempeño en cada empresa, respecto del ejercicio de su RSE y aún en procesos gerenciales para administrarlos;
3. Otra tendencia es el enfoque integrado de reporte (reporting) de la triple última línea del balance, y ;
4. Descubren que la propia sustentabilidad de la empresa y su valor agregado son potenciados por sus acciones en el campo de la sustentabilidad.

La RSE comienza a institucionalizarse a nivel mundial de manera creciente a partir de principios del nuevo siglo. En el año 2000 el Reino Unido crea un ministerio de Responsabilidad Social Corporativa y en 2002 el primer ministro de Francia nombra un Ministerio de Desarrollo Sustentable. Se trata de acciones gubernamentales dirigidas a darle vida a las iniciativas de RSE y a las políticas de Estado en esta materia.

Algunas de estas medidas también pueden verse frecuentemente en el ámbito de la práctica. Es el caso de Francia y el Reino Unido, países en los que, es una obligación legal acompañar los informes financieros con reportes sociales que pongan de manifiesto lo que están haciendo en materia de RSE.

Según un artículo de Pierre Hupperts, director de Visión y Estrategia, una consultora holandesa especializada en RSE, el nuevo escenario impone a las empresas el desafío de desarrollar una estrategia empresarial que contenga un balance en tres dimensiones; lo social (People), lo ecológico (Planet) y lo económico (Profit). “Balancear las tres P necesita la integración de nuevas dimensiones en las empresas, hasta ahora dominadas por el elemento económico”.¹²

Por ello, las actividades en el campo de la RSE deben estar vinculadas al producto o al servicio que ofrece la empresa. Esta es también la gran diferencia con la filantropía.

La RSE no es un acto individual o de caridad, sino que se trata de comportamiento social y ecológico, tanto interno como externo. Su objetivo no es generar dependencia o donar algo, sino que realizar un intercambio horizontal y desarrollar una ganancia mutua entre empresa y sociedad.

En el mundo actual, los empresarios saben que la globalización es más que hacer negocios a escala global. Para competir con éxito, las compañías deben moverse en un escenario complejo y cambiante que conjuga aspectos económicos, ambientales y sociales.

Hoy, la denominada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) supone un nuevo rol de la empresa dentro de la sociedad. Sus acciones no pueden estar

¹² Acción Empresarial. (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo*. Acción Empresarial. Chile. pág. 17

limitadas sólo al juego de la oferta y la demanda, sino que deben constituir piezas claves para el desarrollo económico y social de los países. Al menos en el mundo desarrollado, el mercado lo agradece.

Según una encuesta realizada por Business for Social Responsibility (BSR), que cuenta con más de 1400 empresas socias, el 68% de los encuestados a nivel mundial desea que las compañías hagan más que sólo concentrarse en la multiplicación de sus ganancias. Por otra parte, el 49% manifestó que se forma una buena impresión de una empresa basándose en las acciones de responsabilidad social. En tanto, aquellas entidades percibidas socialmente irresponsables tienen una respuesta negativa en el 39% de los casos, y el 20% rechaza o habla mal de sus productos y servicios.¹³

La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. Ella es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas que son integrados a través de la operación empresarial y que soporta el proceso de toma de decisiones y es premiado por la administración.

En la última década, un gran número de empresas ha reconocido los beneficios en el bottom-line de incorporar prácticas y políticas de RSE. Sus experiencias han sido respaldadas por una serie de estudios empíricos que demuestran que la

¹³ IBÍDEM. Pág. 17

RSE tiene impactos positivos sobre los valores empresariales, medidos en varias formas.

Las compañías además se han alentado a adoptar o expandir esfuerzos de RSE como resultado de la presión proveniente de los consumidores, los proveedores, la comunidad, los inversionistas, las organizaciones activistas y otros stakeholders.

Todas las motivaciones son válidas, lo importante es mantener el compromiso con la RSE vivo en el tiempo.

Existen actualmente dos corrientes que lideran el desarrollo del tema, la corriente europea y la norteamericana.

La Corriente Europea:

Se caracteriza por un desarrollo y promoción del tema liderado por los gobiernos y los consumidores; con una visión más humanista, es decir, valórica y empresarial.¹⁴

¹⁴ IBÍDEM, Pág. 19

La Corriente Norteamericana:

La corriente norteamericana se centra por el desarrollo y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial partiendo desde el mundo empresarial y con una visión de “hacer el bien, hace bien al negocio”.¹⁵

La Corriente Latinoamericana

Esta liderada por organizaciones que impulsan la RSE en los países latinoamericanos y Centroamérica:

- Acción Empresarial (Chile)¹⁶

Es una organización sin fines de lucro que agrupa a empresas socias que trabajan por la Responsabilidad Social Empresarial y el desarrollo sustentable en Chile. Ser parte de Acción RSE significa unirse a una red de empresas líderes comprometidas con las personas y el planeta para lograr una sociedad más próspera y justa, a través de negocios exitosos y sustentables. Ayudan a las empresas a mejorar su competitividad y sustentabilidad a través de proyectos, servicios, actividades, formación, desarrollo de investigación y difusión en cinco áreas de trabajo: ética y gobierno corporativo, calidad de vida laboral, medio ambiente, clientes y cadena de valor y comunidad.

¹⁵ Acción Empresarial. (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo*. Chile, pág. 19

¹⁶<http://www.accionrse.cl/> <http://www.alianzasocialvenamcham.blogspot.com/>

- Alianza Social (Venezuela) ¹⁷

Es un espacio creado en el año 2000 dedicado a promover e incentivar la Responsabilidad Social Empresarial. Brinda orientación y asesorías en esta materia a empresas públicas y privadas así como apoya el fortalecimiento institucional de las Organizaciones de Desarrollo Social, alcaldías y gobernaciones.

- BID: El Banco Interamericano de Desarrollo ¹⁸

Es una fuente de financiamiento multilateral que fue fundada en 1959 para contribuir al desarrollo económico, social e institucional sostenible de América Latina y el Caribe. Apoya a sus clientes en el diseño de proyectos, provee asistencia financiera, técnica y servicios de conocimiento en apoyo a las intervenciones del desarrollo. Concede préstamos a gobiernos nacionales, provinciales, municipales y organizaciones públicas autónomas. Las organizaciones de la sociedad civil y las empresas privadas también pueden recibir financiamiento del BID.

El Grupo del BID está integrado por el Banco Interamericano de Desarrollo, la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN). La CII se ocupa principalmente de apoyar a la pequeña y mediana empresa, y el FOMIN promueve el crecimiento del sector privado mediante donaciones e inversiones, con énfasis en la microempresa. Los

¹⁷ <http://www.alianzasocialvenamcham.blogspot.com/>

¹⁸ <http://www.iadb.org/mif/home/index.cfm?language=Spanish>

recursos del FOMIN financian proyectos enmarcados en tres categorías: Marco empresarial, Desarrollo empresarial, Democracia financiera. Dentro de la categoría Desarrollo Empresarial los proyectos que se financian están relacionados con la RSE.

- CEMEFI: El Centro Mexicano para la Filantropía (México) ¹⁹

Es una institución privada, no lucrativa, fundada en 1988, que cuenta con permiso del Gobierno de México para recibir donativos deducibles de impuestos. Su sede se encuentra en la Ciudad de México y su ámbito de acción abarca todo México. Es miembro de Forum Empresa y de RedEAmérica, y mantiene vinculaciones con la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE).

La Responsabilidad Social Empresarial es una tendencia que ha ido adquiriendo importancia en el mundo empresarial internacional. Cada vez son más los países testigos del avance de las buenas prácticas empresariales y sus beneficios para el desarrollo sustentable de la comunidad y sus habitantes. Y es que esta herramienta se ha convertido en el vehículo principal del sector privado para contribuir a una economía más equitativa, sostenible y globalizada.

¹⁹ <http://www.cemefi.org/>

Asimismo le ha servido a las compañías como elemento de diferenciación en un mercado altamente competitivo y con consumidores cada vez más exigentes y conscientes de las necesidades de la comunidad.

2.1.2 Contexto Mundial y Desarrollo sostenible

Contexto Mundial ²⁰

A mediados de los noventa, organismos internacionales y diferentes estados acompañan a la sociedad en un llamamiento al sector privado para adoptar un nuevo modelo de convivencia y de gestión que permita dar solución y respuesta a una nueva realidad globalizada y cambiante. Desde las Naciones Unidas a la Unión Europea o la OCDE, el debate sobre la RSE se multiplica.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos o las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo tratan de marcar los mínimos para el respeto de los Derechos Fundamentales. Las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales facilitan toda una serie de principios en áreas como los derechos o el medio ambiente que deben ser respetados por sus países miembros.

²⁰ Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, MADRID. (2013) <http://observatoriorsc.org>,

En el Informe Brundtland, publicado en 1987 por la Comisión Mundial sobre medio ambiente y desarrollo, incluye la definición de desarrollo sostenible como aquel que permite alcanzar el bienestar de las generaciones presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para la satisfacción de sus propias necesidades.

Del Foro Económico Mundial de Davos de 1999, y como consecuencia de una iniciativa presentada por Kofi Annan en el marco de las Naciones Unidas, surge el Global Compact o Pacto Mundial tratando de involucrar a las empresas en los principios de la responsabilidad social empresarial.

Tras la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro de 1992, y la Cumbre de Río +5 de Nueva York, la Cumbre de Johannesburgo del 2002 gozó de una muy importante participación de la sociedad civil, siendo uno de los temas latentes, la responsabilidad social empresarial abriendo el debate sobre la necesidad de un marco regulatorio y la formalización de políticas de RSE.

En el año 2000, se produce la publicación de la versión definitiva de la primera guía GRI²¹ (a iniciativa PNUMA y CERES²²), facilitando a las empresas criterios básicos para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

²¹ La Iniciativa de Reporte Global o Global Reporting Initiative (inglés) es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

²² CERES, Coalition for Environmentally Responsible Economies

Las inquietudes comunitarias encuentran su reflejo en la publicación en el año 2001 del Libro Verde de la Unión Europea, para el fomento de un Marco Europeo para la Responsabilidad Social Empresarial.

Si bien la RSE interna puede ser más visible debido a que está regulada y se informa constantemente sobre ella, la RSE externa ha evolucionado a partir de las actividades de importantes filántropos como Rockefeller y Carnegie a principios del siglo pasado. De hecho, los esfuerzos formales de la filantropía a principios del siglo XX motivaron la primera respuesta regulatoria a la RSE, que tomó la forma de una reducción para aquellas corporaciones que hacían contribuciones a organizaciones sin fines de lucro. Sin embargo, en la actualidad, las contribuciones de las empresas a las causas benéficas no son lo suficientemente significativas como para resolver los graves problemas sociales y económicos a los que hace frente la sociedad. Hay que tener en cuenta que las donaciones corporativas de los Estados Unidos frente a las donaciones particulares representan menos del 10 por ciento de la filantropía total²³.

Las corporaciones interesadas en promover una sociedad próspera deben ir más lejos que los programas tradicionales de beneficencia en busca de programas más sustentables, si su propósito es efectuar un cambio social y económico que al mismo tiempo respalde las estrategias lucrativas.

En Latinoamérica, hay poca regulación sobre las prácticas internas de la RSE, particularmente fuera del mercado mexicano y del MERCOSUR, donde la

²³ Giving USA 1997.

inversión extranjera directa proveniente de los Estados Unidos y de Europa. Los gobiernos latinoamericanos, cuando son comparados con el gobierno de los Estados Unidos, muestran que no han realizado gestiones para establecer un marco regulatorio para las empresas. En parte, eso se debe a la debilidad de las organizaciones formales de trabajadores, como son los sindicatos y los grupos de mujeres o de poblaciones étnicas, que en Estados Unidos han determinado en gran medida las prácticas laborales y de contratación en el siglo XX. Sin la presión que ejerce la sociedad, es menos probable que los gobiernos establezcan normas que suponen un costo para las corporaciones y que a menudo representan una riqueza y un poder superiores al del propio gobierno. En los casos en que hay normas establecidas, como en la frontera entre los Estados Unidos y México en lo que a regulaciones ambientales se refiere, el problema gira en torno a la aplicación de la ley. Si bien el NAFTA²⁴ preveía la creación de normas ambientales como las vigentes en California para la región fronteriza, los recursos de la parte mexicana, al principio, no eran adecuados para la administración de la aplicación de la ley.

Otro factor ausente es la promoción de una cultura de prácticas internas de RSE en Latinoamérica que es la concientización pública del consumidor. Sin la presión de la sociedad, es poco probable que una corporación tradicional, con líderes poco idealistas, establezca programas de RSE.

En términos de la RSE externa, las corporaciones de Latinoamérica no son bien recompensadas por medio de desgravaciones como lo son las corporaciones

²⁴ North American Free Trade Agreement, Acuerdo entre los gobiernos de Canadá, México y Estados Unidos.

norteamericanas. Sin embargo, tanto las corporaciones nacionales como las multinacionales invierten en las comunidades latinoamericanas. Es sorprendente que sin incentivos o exigencias, las empresas en Latinoamérica intenten solucionar los problemas del desarrollo social y económico de la población pobre.

En términos generales, el interés de la empresa en la RSE externa en el contexto latinoamericano se atribuye al interés del sector privado por fomentar sociedades estables. Si no hay una sociedad estable, la empresa no puede seguir una estrategia con fines lucrativos porque no es posible la producción o venta de sus productos. Además, al principio, las empresas pueden destinar una parte considerable de los recursos a donaciones a la comunidad como reservas para responder ante la crisis con estrategias de gestión de riesgos a fin de asegurarse y poder negociar en caso de que no tengan buenas relaciones con la comunidad local. A medida que las empresas se fijan ese objetivo como punto de partida, pronto se dan cuenta de que es necesario equilibrar esa estrategia con otra que limite la dependencia de la sociedad de la empresa, para alcanzar el bienestar social cuando el gobierno no intercede o no puede interceder.

Las empresas de Latinoamérica deberán tener presente que, para la sociedad, ellos son muy similares al gobierno, ya que representan poder, riqueza acumulada y en algunas ocasiones, una estrecha relación con el gobierno. Los programas corporativos exitosos deben fomentar la participación de las comunidades locales para limitar la dependencia y promover el concepto del desarrollo basado en la autoayuda.

En conclusión se puede señalar que el surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial radica en el debilitamiento del poder de un Estado frente a organizaciones que tiene implicaciones de carácter global y que asumen funciones del mismo Estado para poder crecer en el mercado. Además, el cambio de paradigma que va de la maximización de la rentabilidad para los accionistas, a una acción en la sociedad y ejecución de operaciones industriales basadas en principios éticos.

Desarrollo Sostenible

“Es el desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas”²⁵

El Informe Brundtland, dio origen al término “Desarrollo Sustentable” en el año 1987; este informe implica un cambio muy importante en cuanto a la idea de sustentabilidad, principalmente ecológica, y a un marco que da también énfasis al contexto económico y social del desarrollo.

El desarrollo sostenible se traduce en tres paradigmas prácticos: ²⁶

1. El desarrollo debe estar al servicio de las personas.
2. Deben considerarse los impactos a corto y largo plazo.

²⁵ Definición del Informe Brundtland, Naciones Unidas, 1987

²⁶ www.sumar.com.co

3. Deben analizarse de manera conjunta las variables económicas, sociales y ambientales.

Avanzar hacia el Desarrollo Sostenible supone que todos los actores sociales asuman responsabilidades y apoyen al Estado en la resolución de los problemas de la sociedad.

En este contexto, las empresas tienen un rol fundamental ya que son el principal motor de desarrollo en la sociedad.

Tanto a nivel mundial como local, las empresas tienen un peso económico cada vez más importante en relación con otros actores sociales. La creciente influencia del sector privado conlleva responsabilidades relacionadas con una adecuada gestión de los impactos económicos, sociales y ambientales de sus actividades.

La Responsabilidad Social Empresarial tiene que ver con la manera con que las empresas aportan al Desarrollo Sostenible de la sociedad. Sin embargo, la RSE es mucho más que un aporte social o una serie de acciones filantrópicas.

La RSE debe ser entendida como un elemento esencial de la estrategia de negocios y debe inscribirse en el ADN de la compañía. Una buena estrategia de RSE debe desprenderse de un análisis de la cadena de valor de la empresa a la vez que toma en cuenta el contexto competitivo de esta y las expectativas de sus grupos de interés.

Entonces comprendido lo anterior, se dice que una empresa socialmente responsable es aquella que ha identificado y gestiona los impactos de sus actividades sobre el desarrollo sostenible a lo largo de su cadena de valor y tomando en cuenta las expectativas de sus grupos de interés.

Una estrategia de RSE bien diseñada y gestionada es un aporte a la competitividad de la empresa. Entre los beneficios de la RSE se encuentran:

- Identificación de riesgos y oportunidades en la cadena de valor
- Identificación de nuevos negocios y mercados
- Mejor relación con grupos de interés
- Mejor reputación corporativa
- Reducción de costos operativos

Cumbre Rio+20 ²⁷

La cumbre Rio+20, conmemora el vigésimo aniversario de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. Su objetivo es contribuir a definir la agenda de desarrollo sostenible para todos los países en las próximas décadas. El desarrollo sostenible se materializa en tres pilares fundamentales; el primero, fortalecer los compromisos políticos a favor del desarrollo sostenible; en segundo lugar, analizar las posibilidades asociadas a su

²⁷ Cfr., Fundación Roger Torné (2012). *RIO+20: El reto de una economía sostenible para el siglo XXI*

[<http://www.canalsolidario.org/noticia/rio-20-el-reto-de-una-economia-sostenible-para-el-siglo-xxi/29417>].

implementación; y en tercer lugar, dar respuestas a los nuevos desafíos emergentes de la sociedad.

El reto del desarrollo sostenible para el siglo XXI adopta una perspectiva amplia. Se trata de un concepto que no alude únicamente a la necesidad de fortalecer el comportamiento económico de las sociedades sino que trata de buscar las vías de acceso hacia una mejora de la igualdad intergeneracional. Por tanto, el logro de una economía sostenible implica el logro de acuerdos sociales, económicos y ambientales, tanto desde las instituciones públicas como privadas.

En resumen, los objetivos de la Cumbre Río+20, es el establecimiento de una economía verde y de un marco institucional adecuado para la consecución de la sostenibilidad y la erradicación de la pobreza, se ven plasmados en la monografía: ‘Retos para la Sostenibilidad: Camino a Río+20’, publicación del Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE). El objetivo de este estudio es contribuir y apoyar la participación española en esta conferencia ofreciendo una base para el análisis, el debate y fomentar una amplia participación social, tal y como la Conferencia Río +20 pretende.

El reto Río+20 establece la necesidad de hacer partícipe a todos sus objetivos, dando cobertura y abriendo el debate de una economía verde en siete grandes problemas: empleo, energía, ciudades sostenibles, seguridad alimentaria, agricultura sostenible, agua, océanos y los desastres naturales.

2.1.3 Responsabilidad de la empresa ante la sociedad

La Responsabilidad Social Empresarial comprende el cumplimiento con las dimensiones económica, social y ambiental bajo cuatro líneas estratégicas de competencia: ética empresarial, calidad de vida, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, cuidado y preservación del medio ambiente, es decir, una relación ética de la empresa con sus grupos de interés y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

La reputación empresarial se entiende como la imagen que ha desarrollado la empresa ante la sociedad en general, por medio de acciones concretas y cualidades que la destacan. La reputación es otorgada y denominada por el medio social sin la necesidad de transcurrir un tiempo determinado, de difícil alcance y de fácil pérdida.

Constituye el resultado de seguir: políticas de producción, calidad, servicio al cliente, planes para la obtención de objetivos medidos de acuerdo a la fidelidad del cliente tanto externo como interno, un proceso competitivo construido por la empresa para proporcionar y transferir características importantes a los stakeholders que le ayuden a obtener un posicionamiento en el mercado.

La RSE debe nacer de la misión, visión y valores de una organización y verse traducida en primera instancia en su identidad y cultura corporativa, para luego ser transmitida a sus grupos de interés (proveedores, contratistas, socios comerciales) y, por supuesto, en el entorno.

Las organizaciones deben reconocerse como entornos en donde se toman decisiones éticas y morales y el capital humano es su principal soporte, al mismo tiempo respetando el medio ambiente y realizando una retroalimentación con la comunidad en función de conocer sus intereses y necesidades, completando así el círculo de desarrollo.

2.2 LA RSE, UNA NUEVA FORMA DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS

2.2.1 Grupos de interés

La palabra "stakeholder", de la forma en que ahora se usa, apareció por primera vez en un memorándum interno en el Instituto de Investigación de Stanford (ahora SRI International, Inc.), en 1963. El término estaba destinado a cuestionar la idea de que los accionistas son el único grupo al que la administración tiene que ser sensible. A finales de los 70s y principios de 80s académicos y profesionales trabajaban para desarrollar teorías de gestión que ayuden a explicar los problemas de gestión que implicaban altos niveles de incertidumbre

y cambio. Además, desde Barnard (1938), se había prestado poca atención a los aspectos éticos de los negocios o de la gestión, y la educación, sobre gestión se había contribuido a la búsqueda de teorías que permitieran una mayor certeza, predicción y control de la conducta. Fue en este ambiente que Freeman (1984) sugirió que los directivos apliquen un vocabulario basado en el concepto de “stakeholder”. A lo largo de los años 80s y 90s, Freeman y otros estudiosos dieron forma a este vocabulario para hacer frente a estos tres problemas interrelacionados relativos a los negocios:²⁸

La teoría de stakeholder sugiere que si se adopta como unidad de análisis las relaciones entre una empresa y los grupos e individuos que pueden afectar o son afectados por ella, entonces se tiene una mejor oportunidad para hacer frente con eficacia a estos tres problemas. En primer lugar, desde una perspectiva de stakeholder, las empresas pueden ser entendidas como un conjunto de relaciones entre grupos que tienen interés en las actividades que componen la empresa (Freeman, 1984; Jones, 1995; Walsh, 2005). Se trata de cómo clientes, proveedores, empleados, entidades financieras (accionistas, tenedores de bonos, bancos, etc.) comunidades, y gestores interactúan para crear y comerciar valor en forma conjunta. Entender un negocio es saber cómo estas relaciones funcionan y cambian con el tiempo. Es tarea del Ejecutivo gestionar y dar forma a estas relaciones para crear el mayor valor posible para los stakeholders y para gestionar la distribución de ese valor (Freeman, 1984). Si tienen que hacerse compensaciones, como a veces sucede, los ejecutivos deben encontrar la manera

²⁸ Bidhan L. Parmar, R. Edward Freeman, Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Simone de Colle, Lauren Purnell, (2010). *“Teoría de Stakeholders : Estado del Arte”*

de hacer las compensaciones, y luego trabajar en la mejora de las compensaciones para todos (Freeman, Harrison, y Wicks, 2008).

En segundo lugar, aunque el manejo eficaz de las relaciones con los stakeholders ayuda a las empresas a sobrevivir y avanzar en el sistema capitalista, es también una tarea moral, porque tiene que ver con cuestiones de valores, opciones, daños y beneficios potenciales para una gran cantidad de grupos e individuos (Phillips, 2003). Por último, una descripción de la gestión que centre la atención en la creación, mantenimiento y alineación de las relaciones con los stakeholders equipa mejor a los profesionales para crear valor y evitar los fracasos morales (Post, Preston, y Sachs, 2002; Sisodia, Wolfe, y Sheth, 2007).²⁹

La teoría de Stakeholders de Freeman (1984), nace como una alternativa a la teoría tradicional, la mencionada de Friedman. Dio un gran aporte al juntar la relación entre stakeholders y planeación estratégica, señalando que la misión de la empresa es considerar a los stakeholders como individuos y/o grupos que afectan y pueden ser afectados directa e indirectamente en la consecución de sus objetivos de la empresa. A partir de este pensamiento, los stakeholders comenzaron a tener una dimensión en la vida organizacional.³⁰

Por otro lado se exponen definiciones establecidas pre y post Freeman, la primera menciona que “Un stakeholder es cualquier actor (persona, grupo o entidad), que tenga una relación o interés directo o indirecto con o sobre la organización.” (Thompson et al., 1991; Donaldson & Preston, 1995). “La

²⁹ E. BISAMA C. (2010). *“Teoría de Stakeholders”*

³⁰ Cfr., H. RIVERA R. y M. MALAVER R. (2011). Documento de Investigación. *“La Organización: los stakeholders y la responsabilidad social”*. Bogotá. pag.19-24

segunda expone que, los stakeholders (primarios) serían actores (o categorías de actores tales como empleados, gerentes, proveedores, propietarios/accionistas y clientes) poseedores de intereses y expectativas sobre la organización, sin los cuales ésta no sería posible.” (Bowie, 1998; Savage, 1991; Hill & Jones, 1992; y Näsi, 1995).

Tipos de stakeholders³¹

Stakeholders Primarios: Son aquellos grupos de interés con derechos directos y legalmente establecidos en la empresa. Se mencionan a continuación:

- Empleados: Son aquellas personas que bajo contrato laboral forman parte legalmente de la organización con retribución salarial y demás beneficios sociales acreditados de acuerdo al tipo de trabajo, actividades y servicios desempeñados en la empresa. Los empleados se pueden clasificar en dos grupos: los directivos y no directivos.
- Accionistas o propietarios: Constituyen personas y entidades que mantienen participaciones en la propiedad de una empresa. Para las sociedades de capital, en función de la cuantía de la aportación se puede distinguir entre accionistas dominantes y accionistas minoritarios. Según la personalidad jurídica de éstos se puede diferenciar entre accionistas individuales y accionistas institucionales

³¹ E. FREEMAN. (1984) *“Dirección Estratégica: Un enfoque de las partes interesadas”*, Boston: Printman

(fondos de inversión y de pensiones). Los empleados, por su parte, pueden ser también accionistas.

- Proveedores: Son personas y entidades que no forman parte de la compañía pero se relaciona de forma directa con las actividades de la misma al aportar con productos y/o servicios. Su relación puede estar formalmente especificada bajo un contrato que estipule los compromisos contraídos tanto por la empresa contratante como por el proveedor externo. Las cláusulas que se toma en cuenta en dicho contrato constituyen precio, plazo de entrega, especificaciones del bien o servicio, garantías de los productos y forma de pago. En muchos de los casos los proveedores forman parte de la cadena de valor de la organización.
- Clientes: Son aquellas personas y entidades denominas consumidores o usuarios de los productos y servicios que la organización oferta en el mercado a un precio establecido. Los valores provenientes de las ventas efectuadas deben cubrir los costos de producción de los bienes y servicios obteniendo un margen de rentabilidad para la compañía. En esencia, los clientes constituyen la razón de ser de la empresa por lo que es indispensable tener el conocimiento claro de las necesidades y perspectivas de satisfacción de los consumidores. Los aspectos fundamentales de la gestión empresarial para este grupo de interés es la captación, conocimiento, satisfacción y fidelización de los mismos.

Stakeholders Secundarios: Son aquellos grupos de interés que no participan directamente en el intercambio con la empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta.

- **Competidores:** Empresas del mismo sector industrial que ofrecen productos y servicios similares a los de otras empresas. En ocasiones surgen convenios o alianzas entre competidores con el fin de captar nuevos clientes y satisfacer nuevas necesidades de los consumidores ya establecidos.
- **Agentes sociales:** Grupos de interés públicos que con su acción puede influir en las actividades de las empresas de manera determinante. Se puede exponer a sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, cámaras de comercio con la presencia de competidores, agrupaciones de proveedores, organismos normalizadores, entre otros.
- **Administraciones públicas:** Constituyen poderes públicos del Estado, Comunidades Autónomas y las Administraciones locales con el derecho de configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades. Este marco reconoce derechos e impone deberes a las organizaciones; las leyes y otras disposiciones oficiales establecen las obligaciones tributarias, los regímenes generales de ordenación y regulación societaria y negocio, la otorgación de licencias y el escenario sancionador para los casos de incumplimiento de la normativa vigente.

- Comunidad local: Conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local circundante a la actividad desarrollada por la empresa, con el que se interactúa estrechamente. Destacamos entre ellas: iglesia, asociaciones vecinales y de otro tipo, fundaciones, partidos políticos, ONGs, entre otros.
- Sociedad y público en general: Son aquellas personas, organizaciones y consumidores en general que pueden influir en la compañía a través de la expresión de su opinión respecto a determinadas acciones que, según ellas, pueden ser positivas o negativas para el conjunto de la sociedad sin necesidad de formar parte de la organización.
- Medioambiente y generaciones futuras: El medio ambiente constituye el entorno físico natural incluyendo al aire, agua, tierra, flora, fauna y los recursos no renovables, así como el patrimonio natural, cultural y artístico. El medio ambiente se encuentra representado también como un grupo de interés en los agentes sociales como las asociaciones de protección de la naturaleza, o las entidades de preservación del patrimonio histórico artístico. Es tomado como grupo de interés por cuanto los stakeholders mencionados anteriormente pueden afectar drásticamente su relación con la empresa en función del trato otorgado por ésta a la naturaleza y el respeto y conservación que se demuestra por ella.

2.2.2 La creación de valor en la empresa y los beneficios de la RSE.

Según Porter & Kramer definen la creación de valor en la empresa como “las políticas y prácticas operacionales que aumentan la competitividad de una empresa, mientras simultáneamente mejoran las condiciones sociales y económicas de las comunidades en las cuales opera.”

Para lograr la creación de valor se necesita: ³²

- Líderes que desarrollen competencias y nuevos conocimientos.
- Mayor comprensión de las necesidades y desafíos que se presentan en la sociedad.
- Demostrar un comportamiento responsable, garantizando el cumplimiento y la sustentabilidad del proceso productivo.
- Entregar valor a los proveedores y trabajadores que componen el negocio, además de fortalecer las relaciones con la sociedad civil.
- Examinar los canales de participación junto a la sociedad y realizar inversiones a largo plazo que beneficien tanto a las comunidades como a los accionistas de la compañía.
- Preservar el medio ambiente como base del negocio en décadas venideras. Es necesario entender que el futuro de cada empresa está estrechamente unido al futuro del planeta.

³² M. E. Wagner. “*Creación de valor compartido*”. ACCION RSE. pag.4

En resumen, la creación de valor, en la actualidad, se basa en una creación de valor compartido centrado en el vínculo entre progreso económico y social, potencializando la comprensión del crecimiento global. Existen tres claves para la creación de valor compartido como son: 1) la reinversión de productos y mercado, es decir, que la organización identifique la necesidad de la sociedad, los beneficios y efecto negativos que pueden generar los productos y servicios que ofrecen al mercado; 2) redefinición de la productividad en la cadena de valor; las empresas incrementan la sinergia a partir de la integración de variables sociales en la cadena de valor e innovan en cada etapa del proceso; 3) desarrollo de un grupo de empresas interrelacionadas que poseen ventajas comparativas debido a la ubicación geográfica, desarrollan actividades industriales y se benefician a partir de las características comunes y complementarias.

Compete a cada organización partir desde la creación del valor en la evaluación de las decisiones y oportunidades generando círculos de innovación, crecimiento empresarial y beneficios para la sociedad.

La relación entre creación de valor y la Responsabilidad Social Empresarial se basa en que, la creación de valor está orientada tanto al beneficio de la organización, medio ambiente y progreso social, integrando a la empresa factores (las tres claves para la creación de valor compartido señaladas anteriormente), que determinen el éxito de la misma a largo plazo. Para alcanzar lo mencionado se requiere de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial que, busca dentro de la estrategia de negocio de la organización el equilibrio de las variables económicas, sociales y medioambientales para poder

alcanzar un desarrollo sustentable preservando los recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respeto a la diversidad y reducción de la desigualdad social.

Beneficios de la Responsabilidad Social: ³³

- Incremento de la productividad del personal y la empresa.
- Mejoramiento del ambiente laboral.
- Capacidad para atraer y retener a un personal de calidad.
- Personal más capacitado y motivado.
- Disminución de tiempos muertos.
- Disminución de rotación de personal.
- Incentivación a aportes y la innovación de parte de los trabajadores.
- Reducción del ausentismo.
- Eliminación de posibilidad de conflictos.
- Mejoramiento de seguridad y salud de los trabajadores.
- Eliminación de focos de resistencia al cambio.
- Eliminación de factores de presión, estrés y de malestar.
- No discriminación.
- Evaluación de desempeño.
- Disponibilidad de un reglamento interno.
- Mejoramiento de la imagen corporativa ante los empleados, clientes, proveedores y accionistas.

³³ Cfr., S/N. [<http://www.rrppnet.com.ar/responsabilidadsocial2.htm>]. **Responsabilidad Social.** p.1

- Fortalecimiento y reconocimiento de la marca.
- Diferenciación de productos y de empresa en el mercado.
- Atracción de clientes fieles al consumo de los productos, servicios y marca.
- Mejoramiento de la calidad de los productos y del proceso de fabricación, con nuevas ideas de productos y servicios a ofrecer.
- Reducción de costos de producción en base a procesos que controlen los desechos e implementación de estándares de eficiencia en el uso de tecnología y energía.
- Incremento del rendimiento económico financiero.
- Mayor credibilidad para solicitar un crédito bancario.

2.3 HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA RSE

2.3.1 Normativa internacional

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE):³⁴

La OCDE es una organización de cooperación internacional, establecida en 1948, compuesta por 34 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales. Persigue directrices elaboradas en el año 1976 y revisadas en el 2000, las mismas que son dirigidas especialmente para empresas

³⁴ www.oecd.org/. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. p.1

multinacionales. Mencionadas directrices comprenden recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales, aceptadas por 30 gobiernos en América Latina.

Su objeto es promover y definir la responsabilidad corporativa, a través de una serie de principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable, compatible con las legislaciones aplicables, potenciando la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible que garantice una coherencia entre objetivos económicos, sociales y ambientales, con el fin de restablecer y mantener la confianza del público en las sociedades y los mercados

Los objetivos que persigue son:

- Promover el empleo, el crecimiento económico y la mejora de los niveles de vida en los países miembros, y asimismo mantener su estabilidad.
- Ayudar a la expansión económica en el proceso de desarrollo tanto de los países miembros como en los ajenos a la Organización.
- Ampliar el comercio mundial multilateral, sin criterios discriminatorios, de acuerdo con los compromisos internacionales.

Declaración tripartita de la OIT:

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) orienta la manera en que las empresas deben considerar las repercusiones que tienen sus actividades sobre la

sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La declaración contiene un preámbulo y una enumeración de políticas generales que exigen respeto por los derechos humanos y alientan a las empresas multinacionales, a los gobiernos, a las organizaciones de empleadores y a las organizaciones de trabajadores a:³⁵

- respetar las leyes y las reglamentaciones nacionales;
- tomar en consideración debidamente las prácticas locales, las prioridades de desarrollo y los fines sociales de los países de acogida;
- respetar las normas internacionales en lo concerniente a derechos humanos y laborales, y
- cumplir los compromisos en conformidad con las leyes nacionales y las obligaciones internacionales aceptadas.

Luego, la Declaración contiene conjuntos de principios organizados en áreas clave de acción. Estas son:

- Empleo
- Formación
- Condiciones de trabajo y de vida
- Relaciones de trabajo

Dentro de estas cuatro (4) áreas, se definen acciones para las empresas, para los gobiernos, para los empleadores y para los sindicatos.

³⁵ <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public.pdf>

La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley.

Libro Verde de la Comisión Europea:

El Libro Verde –Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en las empresas-, constituye un escrito sobre Responsabilidad Social de las Empresas, celebrado en marzo 2001 y publicado en julio 2001. Es el marco conceptual europeo para promover la coherencia y calidad de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y tiene por objeto iniciar una amplia discusión acerca del cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo, promover instrumentos de evaluación; animar a las empresas a adoptar un enfoque proactivo en relación al desarrollo sostenible; velar por la coherencia entre las políticas nacionales y los estándares internacionales; crear foros multistakeholders e incorporar prácticas de RS en la gestión de gobierno.

Global compact, Pacto Mundial de las Naciones Unidas:³⁶

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas surge en 1999 bajo el Foro Económico Mundial de Davos en Suiza. El objetivo del Pacto es que todos los pueblos del mundo compartan los beneficios de la mundialización e inyectar a nivel mundial los valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas, solicitando que las empresas del sector privado hagan suyos los diez principios del Pacto y los apliquen en su actividad. Los mencionados principios se basan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, Organización Internacional del Trabajo, Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, que se detallan a continuación:

Derechos Humanos

Constituye el ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse, a fin de que tanto los individuos como las instituciones promuevan, a través de la enseñanza y la educación, el respeto de los derechos y libertades, y aseguren, con medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universales y efectivos, tanto entre los pueblos de los Estados Miembros como en territorios colocados bajo su jurisdicción. Además, las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

³⁶ Cfr., Naciones Unidas. [<http://www.un.org/es/globalcompact/>]. Pacto mundial. p.1

- 1) Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional
- 2) Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos

Normas Laborales

Bajo la declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo en 1998 menciona que, constituye el compromiso de los gobiernos, organizaciones de empleadores y trabajadores de respetar y defender los valores humanos fundamentales - valores de vital importancia para nuestras vidas en el plano económico y social, es decir, lograr que el progreso social vaya a la par con el progreso económico y el desarrollo.

- 3) Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
- 4) Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;
- 5) Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil y
- 6) Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

Medio Ambiente

- 7) Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales;
- 8) Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y

- 9) Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción

- 10) Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

Milenium Goals, Ocho Objetivos del Milenio:

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas son ocho objetivos que los 191 Estados Miembros de las Naciones Unidas convinieron en tratar de alcanzar para 2015.

La Declaración del Milenio de las Naciones Unidas, firmada en septiembre de 2000, compromete a los dirigentes mundiales a luchar contra la pobreza, el hambre, la enfermedad, el analfabetismo, la degradación del medio ambiente y la discriminación contra la mujer. Los ODM, derivados de esa Declaración, tienen metas e indicadores específicos.

Los objetivos 4,5 y 6 guardan relación directa con la salud. Algunos países en desarrollo han realizado progresos extraordinarios hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio relacionados con la salud, sus metas e indicadores.

Los objetivos de desarrollo del milenio son:³⁷

Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre

Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal,

Objetivo 3: Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer.

Objetivo 4: Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años.

Objetivo 5: Mejorar la salud materna.

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades.

Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

Objetivo 8: Fomentar una alianza mundial para el desarrollo

Existen normas y estándares internacionales relacionados con la RSE:

AA 1000³⁸

Account Ability 1000, norma de aseguramiento de sostenibilidad, es una norma de procedimiento que evalúa, atestigua, y fortalece la credibilidad y la calidad del informe de sostenibilidad de la empresa, de sus procesos, sistemas y competencias.

³⁷ S/N. [http://www.cinu.mx/minisito/ODM8/los_8_objetivos_del_milenio/]. Los 8 objetivos del milenio. p.1

³⁸ Cfr., AccountAbility Institute of social and ethical accountability. ***Norma sobre aseguramiento AA1000***. Londres. p.7-9

El aseguramiento constituye un método de evaluación que emplea principios y estándares específicos para evaluar la calidad del informe de la organización, los procesos, competencias y sistemas principales de la misma que respaldan los resultados cuyo fin es generar credibilidad en los usuarios.

Las características de la norma son:

- Toma en cuenta todos los aspectos del resultado de la empresa como resultados disponibles.
- Se centra en la relevancia del tema en relación con las partes interesadas en cuestión.
- Examina de manera minuciosa cómo la organización acepta sus propios resultados y el impacto que generan los mismos.
- Analiza como la organización hace frente a las demandas de las partes interesadas y, al hacerlo, interpreta la preparación del informe como parte de un continuo compromiso con ellas.
- Establece el sustento que sirve para asegurar al público acerca de la credibilidad de los informes de sostenibilidad.
- Apoya e integra enfoques de aseguramiento mediante múltiples proveedores, perspectivas y estándares, incluida la compatibilidad específica que mantiene con los Sustainability Reporting Guidelines de la Global Reporting Initiative (GRI).

El uso de la norma de aseguramiento AA1000 ha sido diseñado para el uso de los expertos en aseguramiento cuyo propósito es poder orientarlos en el diseño e implementación de sus funciones. La norma conlleva a que los expertos tengan

la capacidad de informar de manera en que las organizaciones informantes evalúen, planifiquen, describan y supervisen la implementación de su aseguramiento, orientando a los directivos y juntas de autoridades en el control de temas no financieros, por otro lado, las partes interesadas de la compañía informante determinan la calidad del aseguramiento y el informe en sí por medio de la evaluación; los organismos que elaboran estándares y los responsables de formular políticas desarrollan estándares privados y voluntarios, así como cumplen con aspectos voluntarios y obligatorios de la responsabilidad corporativa, específicamente el informe y el aseguramiento; y los responsables del desarrollo profesional y de la capacitación fomentan las competencias profesionales en aseguramiento y en responsabilidad corporativa en general.

SA 8000

Social Accountability International (SAI), es un estándar que certifica el cumplimiento de seguridad industrial de los empleados, evitando riesgos de trabajo. La norma permite a la compañía desarrollar, mantener y aplicar sus principios y procedimientos con el objeto de poder manejar aquellos asuntos que están bajo su control, además, demostrar a las partes interesadas que sus principios, procedimientos y prácticas están en conformidad con los requerimientos impuestos por esta norma. La norma será aplicable para cualquier localización geográfica en que se encuentre la empresa, sector industrial y tamaño de la organización.

OHSAS³⁹

Constituye un conjunto de criterios y especificaciones que permite a la organización ser evaluada y certificada en tópicos de seguridad y salud laboral. Establece un sistema de prevención de riesgos laborales; eliminar o reducir al máximo los peligros del personal y de otras partes interesadas que puedan estar expuestas su salud y seguridad en el trabajo relacionado con las actividades llevadas a cabo por la organización.

Un sistema para la gestión en prevención es una herramienta para organizar y diseñar mecanismos y procedimientos destinados al cumplimiento estructurado y sistemático de la legislación en todos los requisitos establecidos en la legislación de prevención de riesgos laborales. Su importancia radica en mejorar la gestión de todos los niveles jerárquicos de la organización disminuyendo los accidentes laborales y ahorro de sus costos, tomando como una mejora continua.

La norma se basa en el ciclo de planificar, hacer, verificar y actuar, como herramienta para optimizar el comportamiento de la organización en tema de seguridad y salud. OHSAS mantiene una compatibilidad con ISO 9001 ya que esta norma persigue la certificación a organizaciones que deseen demostrar la capacidad que mantienen en el cumplimiento de requisitos dentro de una gestión de calidad, además, si la organización busca desea demostrar la gestión medioambiental con el cumplimiento de parámetros establecidos buscará la obtención del certificado de la ISO 14001.

³⁹ Cfr., S/N. *Manual para la implementación de un sistema de gestión según OHSAS 18001:2007*. p.4-32

Las áreas que toma en cuenta esta normativa son las siguientes:

- Planificación para identificar, evaluar y controlar los riesgos.
- Programa de gestión de OHSAS.
- Estructura y responsabilidad.
- Formación, concienciación y competencia.
- Consultoría y comunicación.
- Control de funcionamiento.
- Preparación y respuesta ante emergencias.
- Medición, supervisión y mejora del rendimiento.

Existen fases para la implementación de la norma OHSAS como son:

FASE 0:

- Formar un equipo de trabajo.
- Delinear el alcance del sistema.
- Hacer un diagnóstico a la organización que busca la certificación.

FASE 1:

- Definir y establecer una política preventiva de seguridad y salud en el trabajo.

FASE 2:

- Evaluar e identificar los riesgos a los que están expuestos los trabajadores.
- Identificar los requisitos legales para cumplir con la legislación en materia preventiva.

- Fijar objetivos y elaborar un plan de acción para el cumplimiento de los mismos.

FASE 3:

- Definir y concretar funciones y responsabilidades de directivos.
- Dar formación a los trabajadores para darles competencias necesarias frente a los riesgos a los que están expuestos en el trabajo.
- Informar a los trabajadores sobre los peligros y riesgos de su entorno laboral.
- Preparar la documentación necesaria para llevar un control y orden necesario para llegar a un buen fin.
- Estar preparado para cualquier situación de emergencia.

FASE 4:

- Marcar un proceso de seguimiento para medir si están cumpliendo los objetivos planteados.
- Identificar, detectar y estudiar accidentes e incidentes producidos.
- Tomar acciones preventivas y correctivas de los incumplimientos detectados.
- Efectuar una auditoría interna con el objeto de evaluar el desempeño (preparar la empresa para una posible auditoría externa).

FASE 5:

Constituye la última fase del proceso en la que la dirección debe revisar toda la documentación y objetar la efectividad del sistema, procediendo a continuación a la Certificación por una entidad autorizada conforme a la OHSA 18001.

Sistema de Gestión Ética 21 (SGE 21)⁴⁰

Constituye el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social. Certifica a empresas de distintos tamaños y sectores industriales.

SGE21 actúa sobre nueve áreas de gestión que son: la alta dirección, clientes, proveedores, recursos humanos, entorno social, entorno ambiental, inversores competencias y administraciones públicas; sobre cada una de ellas se establecen una serie de requisitos de carácter sistemático. Las organizaciones adaptan la norma de acuerdo a las circunstancias en las que se encuentren, a través de diferentes figuras como el código de conducta, comité de ética. Un conjunto de documentos formales y otras evidencias permiten a la compañía demostrar el cumplimiento del estándar, quedando todo recogido en el manual de gestión ética.

Más de 26 organizaciones se encuentran certificadas empezando con compañías multinacionales hasta PYMEs.

Las ventajas que se alcanzan en temas de Responsabilidad Social Empresarial, bajo la certificación de esta norma, se puede hacer mención a una integración organizativa a través de procesos horizontales en la que se integra e interactúan las nueve áreas establecidas anteriormente permitiendo una mayor eficiencia en

⁴⁰ Cfr., S/N. 2005. *La norma SGE21: Certificación en Gestión Ética y Socialmente Responsable*. p.5-12.

el desarrollo de políticas de Responsabilidad Social Empresarial; concienciación y cambio mediante la formación y participación de los empleados de la organización; compatibilidad con otros sistemas de gestión. Además, potencializa las áreas de comunicación y acción social solidificando en el posicionamiento empresarial.

ISO 26000 ⁴¹

Es una Guía que proporciona recomendaciones en materia de Responsabilidad Social. La ISO 26000 aborda 7 cuestiones clave de Responsabilidad Social: Gobierno de la organización, derechos humanos, relaciones y condiciones de trabajo, medio Ambiente, prácticas conforme a la legislación, consumidores y comunidades y desarrollo local.

La norma proporciona directrices y elementos que puedan ser incorporados a sistemas de gestión ya existentes en la organización, sugiriendo distintas formas de integrar la Responsabilidad Social con las actividades cotidianas de la organización.

El objetivo de la norma es lograr que las organizaciones consoliden la Responsabilidad Social a través de:

⁴¹ Cfr., Fuentes de documentos de ISO. 2009. *ISO 26000 Norma sobre Responsabilidad Social*. p.2-4.

- Respeto a las diferencias culturales, sociales, ambientales, legales y condiciones de desarrollo económico.
- Proporcionar una guía para hacer operativa la Responsabilidad Social.
- Identificar y comprometer a los stakeholders, y reforzar la credibilidad de los informes y reclamos realizados sobre Responsabilidad Social.
- Hacer énfasis a los resultados de desempeño y a su mejora
- Aumentar la confianza y satisfacción de los clientes y otros stakeholders en las organizaciones.
- Ser consistente y no estar en conflicto con documentos existentes, tratados y convenciones internacionales y otras normas ISO.
- No estar destinada a reducir la autoridad de los gobiernos para abordar la Responsabilidad Social en las organizaciones.
- Promover una terminología común en el campo de la Responsabilidad Social
- Aumentar el conocimiento y conciencia sobre Responsabilidad Social.

Tal como se mencionó, la ISO 26000 organiza los diversos temas sobre Responsabilidad Social Empresarial en 7 cuestiones claves. Estos temas aplicados son los siguientes:

- Derechos Humanos: incluye el mantener cuidado al abordar situaciones en temas de derechos humanos, civiles, políticos,

económicos, sociales y culturales; resolución de conflictos y discriminación.

- **Prácticas Laborales:** incluye el trabajo y las relaciones laborales de las partes, condiciones, seguridad y salud laboral, y el desarrollo humano de los trabajadores y colaboradores.
- **Medio Ambiente:** comprende la prevención de la polución, el uso adecuado (sostenible) de los recursos, adaptación al cambio climático, mecanismos para la protección y mejora del medio ambiente y responsabilidad ambiental.
- **Prácticas Operacionales Justas:** promueve la lucha contra la corrupción, participación política responsable, competencia y negociaciones justas y la promoción de la responsabilidad social dentro de la empresa.
- **Consumidores:** efectuar prácticas de negociación justas para las partes involucradas en las que incluye publicidad y comunicación, protección y seguridad al consumidor, consumo sostenible, seguridad de información de post venta, entre otros.
- **Gobernanza Organizacional:** se hace referencia al proceso de toma de decisiones, estructuración y delegación de poder, controles internos de la organización. Es un tema especial debido a que se refiere a una cuestión en la que la organización debe trabajar, (procesos y estructuras) y a su vez, es una forma de incorporación de 105 principios de Responsabilidad Social en las actividades diarias.

2.3.2 Memorias de Sostenibilidad

La memoria de sostenibilidad constituye un informe, es una herramienta de comunicación fiable para rendición de cuentas a los stakeholders acerca del cumplimiento del compromiso de la organización en temas de desarrollo sostenible, el logro de acciones realizadas en los ámbitos económicos, sociales y medio ambientales; sirve para fijar estrategias organizacionales, implantar planes de acción, evaluar los resultados cualitativos como los cuantitativos de la gestión, afianzar vínculos con los grupos de interés y obtener aportaciones valiosas a los propios procesos de la organización mostrando credibilidad y transparencia de la empresa.

La elaboración de una memoria de sostenibilidad de la empresa representa la presentación transparente de información, resultados y rendición de cuentas de la compañía, es decir, constituye una herramienta pública de transparencia en la que muestra la fuente de donde se basan los índices de sostenibilidad, los administradores y analistas financieros, ahí yace la importancia de la elaboración de las memorias de sostenibilidad. Los beneficios de la elaboración y publicación de una memoria de sostenibilidad conllevan a: mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa, comparar con datos de otras instituciones relacionadas al giro del negocio, fijar la estrategia de la organización e implementar planes de acción, evaluar los resultados y seguir un sistema de mejora continua, consolidar los vínculos con los stakeholders e involucrarlos en

los procesos de la organización, diseño y planteamiento de medidas para la toma de decisiones ante conflictos sociales y medioambientales.

GRI 3⁴² : Iniciativa fundada por el programa para el medio ambiente UNEP por las Naciones Unidas y de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente CEDES, en 1999. GRI es establecida para desarrollar y difundir directivas aplicables a nivel mundial para efectuar Memorias de Sostenibilidad. Estas normas son usadas por las organizaciones con el fin de difundir el impacto de sus operaciones, actividades, productos y servicios. Pretende elevar la calidad del informe sobre sustentabilidad y lograr mayor consistencia y eficiencia en la difusión. Para poder realizar un informe GRI, la organización debe informar sobre todos los indicadores tales como económicos, el consumo de recursos naturales, impacto sobre la biodiversidad y la tierra fértil, educación y el trabajo infantil.

En las organizaciones usan GRI para normalizar y simplificar sus informes financieros, ambientales y sociales cuyo objeto primordial es la comunicación con sus stakeholders. GRI brinda una estructura externa para comunicar acciones llevadas a cabo para mejorar el desempeño económico, ambiental y social, los resultados de esas acciones y estrategias futuras para el progreso. La memoria GRI fomenta el compromiso entre las organizaciones y sus stakeholders para seleccionar los indicadores de rendimiento específicos más relevantes para ambos.

⁴² Cfr., T. Hollenhorst. C. Johnson. 1997. *Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial*. Estados Unidos. p.2

La guía para la elaboración de los informes de sostenibilidad, Global Reporting Initiative, está considerada como la de mayor aceptación y reconocimiento a nivel mundial. Global Reporting Initiative (GRI) es una organización sin fines de lucro que promueve la sostenibilidad económica, ambiental y social. Esta institución proporciona a las empresas una estructura comprensiva para la elaboración de memorias de sostenibilidad a través de las conocidas directrices GRI3, dada la buena aceptación que han tenido frente a diversos organismos internacionales así como su uso frecuente, tácitamente se han convertido en un estándar a nivel mundial. El GRI pretende elevar la calidad del informe sobre sustentabilidad y lograr mayor comparabilidad entre reportes, consistencia y eficiencia en la difusión, establece 54 indicadores centrales y en tres dimensiones: ambiental, financiera y social.⁴³

De acuerdo con López Triana “...El último lanzamiento del GRI fue en 2006. La G3 está compuesta por dos partes. La primera parte es una guía que menciona del cómo se debe informar, en donde se destacan los principios para definir el contenido del informe, como: materialidad, inclusión de grupos de interés, contexto de sostenibilidad e integridad, además existen principios para definir la calidad del informe, por ejemplo: equilibrio comparabilidad, precisión, oportunidad, confiabilidad y claridad, y por último, dentro de ésta primera parte se incluye una guía sobre cómo establecer el alcance del informe; mientras que la segunda parte es una orientación sobre qué es lo que debería informarse, es decir, el contenido básico del informe, el cual debe incluir una estrategia y perfil de la organización, estructura de gobierno y enfoque de gestión, y por último

⁴³ Cfr., I. LÓPEZ TRIANA. *Origen y Tendencias de la RSE*. Opinión. p1.

definir los indicadores de desempeño, que son los índices de contenido GRI y los índices de actuación.

Existen categorías sobre los indicadores de gestión del G3, estos son: económica, ambiental y social. Ésta última se subdivide en prácticas laborales y trabajo decente, los derechos humanos, sociedad y otras categorías de productos responsables...”⁴⁴

⁴⁴ Cfr., Op. [<http://www.slideshare.net/mauri3333/origen-y-tendencias-de-la-rse>]. Origen y Tendencias de la RSE. PDF p1.

CAPÍTULO 3. TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

3.1 MANUFACTURA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

3.1.1 Definición de la Industria Manufacturera ⁴⁵

Es la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos, estos son materias primas procedentes de la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, renovación o reconstrucción de productos se consideran por lo general actividades manufactureras.

⁴⁵ Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. UNIAPAC. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU.)* Serie M, No. 4/Rev. 4. PDF. p. 105

3.1.2 Comportamiento de la Industria Manufacturera

En el 2009 la participación del sector manufacturero en el PIB (excluyendo refinación de petróleo) representó el 14,3%. En este año el PIB Industrial manufacturero fue de US\$ 3.449 millones, este ha sido el de mayor crecimiento durante los últimos años con respecto a porcentaje.

El Cuadro N° 1 se describe la aportación del sector manufacturero al PIB del 2008 al 2012.

CUADRO N° 1
PIB Total y Manufactura, 2008-2012 (millones del 2000).

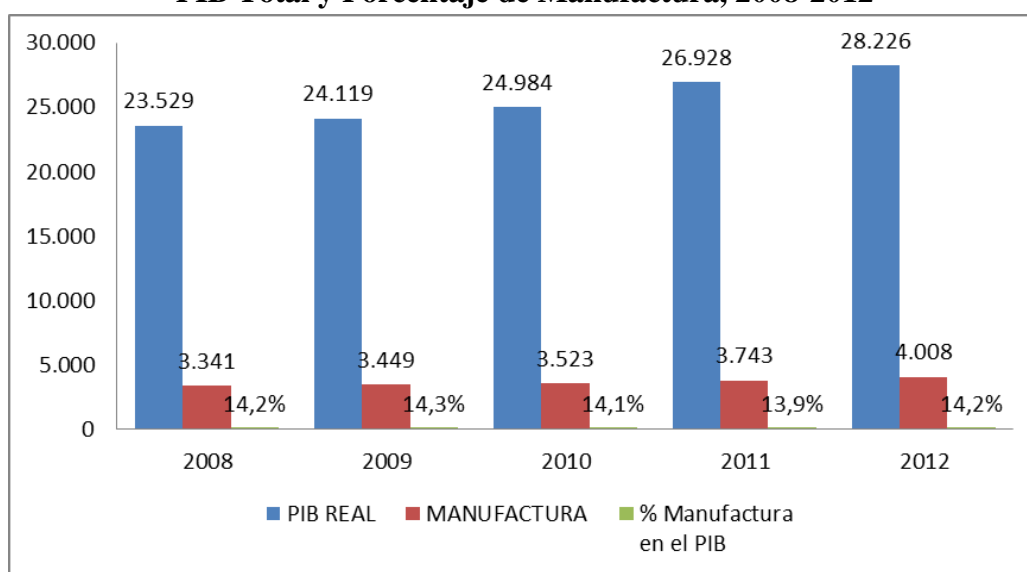
AÑOS	PIB REAL	MANUFACTURA	% Participación en el PIB
2008	23.529	3.341	14.2%
2009	24.119	3.449	14.3%
2010	24.984	3.523	14.1%
2011	26.928	3.743	13.9%
2012	28.226	4.008	14.2%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Carla Hinojosa

En el Gráfico N° 1 se observa el aporte porcentual de la industria manufacturera al PIB del 2008 al 2012.

GRAFICO N° 1
PIB Total y Porcentaje de Manufactura, 2008-2012

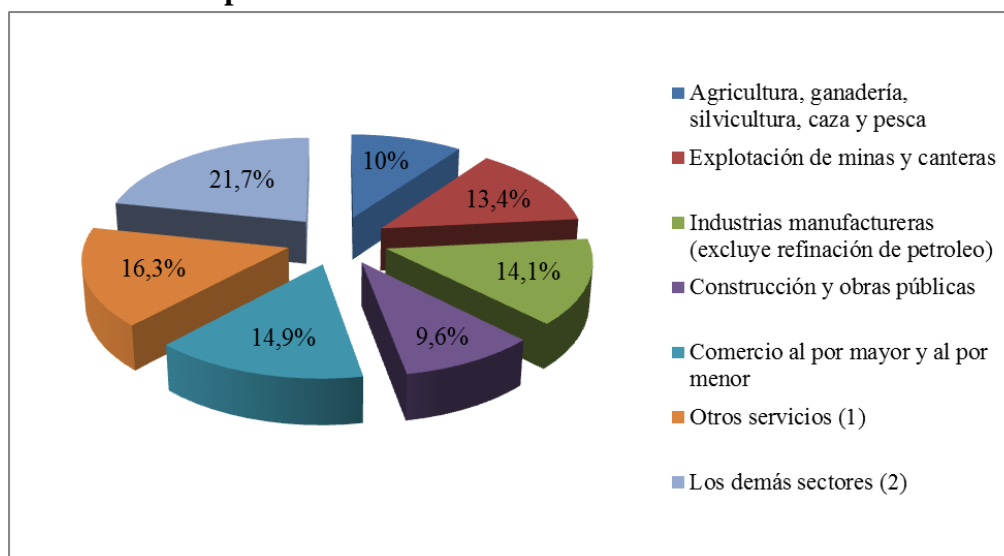


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Carla Hinojosa

En el Gráfico N° 2 se observa a los sectores productivos que conforman el PIB del año 2010, teniendo que el sector de Comercio al por mayor y al por menor aporta con el 14.9%, seguido por Industrias manufactureras con el 14.1%, luego se encuentra Explotación de minas y canteras, después Agricultura, ganadería, selvicultura, caza y pesca con el 10.0%, le sigue Construcción y obras públicas con el 9.6%. Además tenemos a Otros servicios(1) con el 16.3% (incluye: hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a las empresas y a los hogares; educación y salud) y Los demás sectores(2) con 21.7% (incluye: Transporte y almacenamiento; Administración pública; Intermediación financiera; suministro de electricidad y agua; servicios domésticos; SIFMI; otros elementos de PIB).

GRÁFICO N° 2
Participación de los Sectores Productivos en el PIB 2010

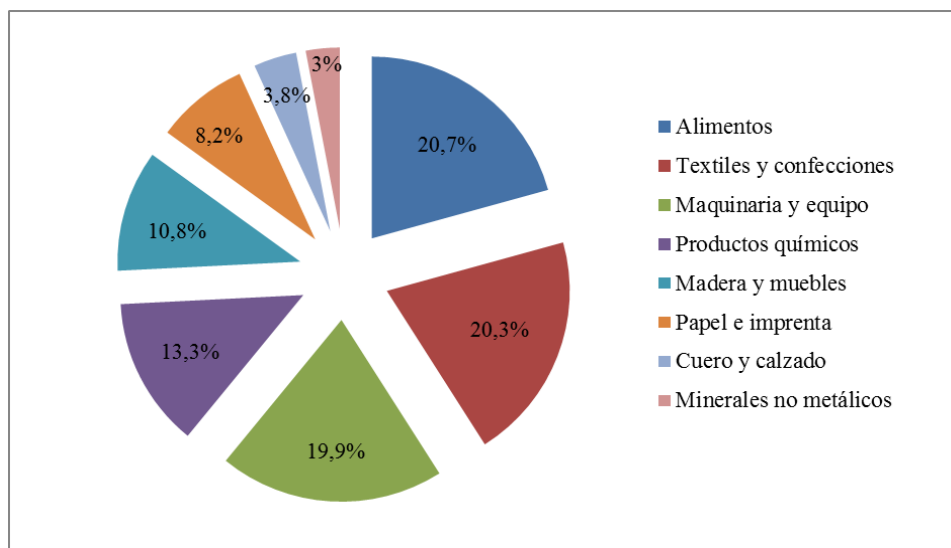


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Carla Hinojosa

El sector de industrias manufactureras está compuesto de subsectores los cuales se muestran en el Gráfico N° 3. Donde el subsector de Alimentos tiene la mayor aportación con el 20.7%, le sigue Textiles y confecciones con el 20.3%, después se encuentra Maquinaria y equipo con 19.9%, luego Productos químicos con el 13.3%, le sigue Madera y muebles con el 10.8%, después Papel e imprenta con el 8.2%, luego Cuero y calzado con el 3.8% y por ultimo Minerales no metálicos con el 3.0%.

GRÁFICO N° 3
Participación porcentual de los Subsectores en la Industria manufacturera
2010



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Carla Hinojosa

Según datos de la Superintendencia de Compañías a Diciembre del 2010 el Ecuador cuenta con 44.396 establecimientos registrados de los cuales 3902 corresponden a la industria manufacturera.

En el Cuadro N° 2 se muestra que en el país existen 3.902 compañías que corresponden a la industria manufacturera, de las cuales 2.130 están en la región Sierra y en Pichincha se encuentran 1.639 de las cuales 1.575 están situadas en el Cantón Quito.

CUADRO N° 2**Desglose de Número de compañías de la Industria Manufacturera 2010****Sectores de importancia**

INDUSTRIA MANUFACTURERA	
	# COMPAÑÍAS
TOTAL PAÍS	3.902
SIERRA	2.130
PICHINCHA	1.639
CANTON QUITO	1.575
GRANDES	148
MEDIANAS	235
PEQUEÑAS	609
MICROEMPRESAS	583

Fuente: Superintendencia de Compañías**Elaborado por:** Carla Hinojosa

El estudio está basado en las empresas de la Industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito, por este motivo es importante conocer cuántas empresas tiene el Cantón Quito; de las 1.575 empresas registradas encontramos que, 148 corresponden a compañías Grandes, 235 a Medianas, 609 a Pequeñas y 583 a las Microempresas.

3.2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

3.2.1 Reseña Histórica

El subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, ha existido desde que existen las maquinas, pero formaba parte del sector de maquinaria y equipo ya que se lo tomaba como un servicio que daban las empresas dedicadas a este sector.

En los últimos años y con los avances tecnológicos las maquinarias y equipos son ahora más complejas, por esta razón algunos países todavía no incursionan en su fabricación y se ven obligados a realizar la importación de estos. Es ahí donde este sector tiene sus inicios y es clasificado de manera independiente del sector de maquinaria y equipo, ya que las actividades de este abarcan algunos ámbitos muy importantes como es la instalación.

Hoy en el Ecuador ya existen empresas dedicadas completamente a estas actividades que van desde la importación de la maquinaria o equipos, comercialización e instalación, otras también se especializan en reparación y sobre todo en dar mantenimiento preventivo, que en la actualidad son de suma importancia para la productividad de las empresas.

En este sentido, se entiende que en toda empresa uno de los aspectos más importantes es el mantenimiento de las maquinarias, equipos e instalaciones, ya que un adecuado plan de mantenimiento aumenta la vida útil de éstos reduciendo la necesidad de repuestos y minimizando el costo anual del material usado.

Sin un adecuado mantenimiento la maquinaria interrumpe su operación con frecuencia, alterando considerablemente los programas de producción y fallándole a los clientes. En ocasiones, provoca un incremento de la cantidad de material en proceso, lo que implica:

- Mayor espacio utilizado.
- Mayor inversión inmovilizada.
- Problemas de calidad en el producto acumulado.
- Personal desmotivado.
- Mayor desperdicio de materiales.
- Mayores costos en las reparaciones.

Por tanto puede decirse que el mantenimiento afecta a:

- La eficiencia.
- Los costos.
- La calidad.
- La confiabilidad.

Se define el mantenimiento industrial como el conjunto de acciones encaminadas a la conservación de la maquinaria, equipo e instalaciones, de tal manera que permanezcan sirviendo en óptimas condiciones, alcanzando el objetivo para el cual fueron adquiridas, evitando o minimizando las fallas durante su vida útil.

En la actualidad, el mantenimiento está adquiriendo una importancia creciente puesto que los adelantos tecnológicos han impuesto un mayor grado de mecanización y automatización de la producción, lo que exige un incremento constante de la calidad. Por otro lado, la fuerte competencia comercial obliga a alcanzar un alto nivel de confiabilidad del sistema de producción o servicio, a fin de que éste pueda responder adecuadamente a los requerimientos del mercado.

Está demostrado que las organizaciones eficientes tienen un eficaz sistema de mantenimiento. La actividad de mantenimiento debe entenderse como la adopción de un sistema que se adapte a las necesidades de cada empresa así como a las características y el estado técnico del equipamiento instalado en ellas.

3.2.2 Indicadores relevantes del subsector CIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo

Para analizar los indicadores de este subsector se ha tomado el estado de situación financiera consolidado de la Superintendencia de Compañías; en el Cuadro N° 3 se muestran las variables financieras de mayor relevancia:

CUADRO N° 3
Variables financieras de subsector CIIU C33: Reparación e instalación de
maquinaria y equipo a Diciembre del 2010

CIIU 33 REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	1. ACTIVO	2. PASIVO	3. PATRIMONIO	1. INGRESOS OPERACIONALES	UTILIDAD DEL EJERCICIO	PERDIDA DEL EJERCICIO
TOTAL CANTÓN QUITO **	29.841.928	22.328.991	7.512.937	45.809.882	5.092.809	-185.555
MICROEMPRESAS	2.813.880	2.013.680	800.200	5.220.833	293.949	-132.998
PEQUEÑAS	13.737.760	10.599.787	3.137.973	20.035.708	1.099.600	-52.554
MEDIANAS	13.290.288	9.715.524	3.574.764	20.553.341	3.699.260	-3

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

En el Cuadro N° 4 se observa la sumatoria de los Activos, Pasivos, Patrimonio, Ingresos Operacionales, Utilidad y Perdida del ejercicio de las Pequeñas y Medianas empresas que son las que constan en la clasificación de las empresas de este subsector.

CUADRO N° 4
Variables financieras de subsector CIIU C33: Reparación e instalación de
maquinaria y equipo a Diciembre del 2010

CIIU 33	1. ACTIVO	2. PASIVO	3. PATRIMONIO	1. INGRESOS OPERACIONALES	UTILIDAD DEL EJERCICIO	PERDIDA DEL EJERCICIO
PEQUEÑAS	13.737.760	10.599.787	3.137.973	20.035.708	1.099.600	-52.554
MEDIANAS	13.290.288	9.715.524	3.574.764	20.553.341	3.699.260	-3
SUMA TOTAL	27.028.048	20.315.311	6.712.737	40.589.049	4.798.860	-52.557

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

En el Cuadro N° 5 se observa que el indicador expresa que el 75% de los activos del subsector C33 están siendo financiados con deuda de terceros y que el 25% de los activos está financiado por capital propio.

CUADRO N° 5
Indicador de Diagnóstico Financiero del Subsector CIU C33: Reparación e
instalación de maquinaria y equipo
a Diciembre del 2010 Valores en dólares

INDICADOR	FORMULA		RESPUESTA
ESTRUCTURA FINANCIERA	Pasivos	20.315.311	0,75
	Activo	27.028.048	
	Patrimonio	6.712.737	0,25
	Activo	27.028.048	

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

- En el Cuadro N° 6 se observa que el indicador de endeudamiento revela que por cada dólar que el subsector CIU C33 invierte en activos, 0.75 centavos está financiado por terceros.
- La autonomía muestra que el patrimonio se encuentra realmente comprometido, ya que por cada dólar que aporta el subsector CIU C33, 3.03 dólares son aportados por los acreedores.

CUADRO N° 6
Indicadores de Endeudamiento del Subsector CIU C33: Reparación e instalación de
maquinaria y equipo
a Diciembre del 2010 Valores en dólares

INDICADOR	FORMULA		RESPUESTA
ENDEUDAMIENTO:	Pasivo total	20.315.311	0,75
	Activo Total	27.028.048	
AUTONOMÍA:	Pasivo total	20.315.311	3,03
	Patrimonio	6.712.737	

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

- La rotación de activos es un indicador de productividad, indica que por cada dólar invertido en el activo total del subsector C33 este genera 1.5 dólares, se muestra en el Cuadro N° 7.
- Rentabilidad sobre activos, indica que el subsector CIIU C33 genera una utilidad de 18.0% por cada dólar invertido en sus activos.

CUADRO N° 7
Indicadores de Eficiencia del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de
maquinaria y equipo
a Diciembre del 2010 Valores en dólares

INDICADOR	FORMULA		RESPUESTA
ROTACIÓN DE ACTIVOS:	Ventas Netas	40.589.049	1,50
	Activo Total	27.028.048	
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS:	Utilidad Bruta	4.798.860	0,18
	Activo Total	27.028.048	

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

Se puede señalar que el subsector CIIU C33, realiza sus actividades con un nivel de financiamiento por terceros alto y por eso su endeudamiento es mayor, teniendo así apalancado su patrimonio, por otro lado sus activos le permite tener ganancias y su rentabilidad se encuentra en un grado aceptable a pesar de que también registra pérdidas.

3.3 SUBACTIVIDADES DEL SUBSECTOR CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO⁴⁶

En el Cuadro N° 8 se encuentra desglosado los códigos correspondientes a las actividades que comprenden el subsector CIIU C33.

CUADRO N° 8
**Codificación y Clasificación Subactividades Subsector CIIU C33: Reparación e
Instalación de Maquinaria y Equipo**

DIVISIÓN	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN
33			Reparación e instalación de maquinaria y equipo
	331		Reparación de productos elaborados de metal, maquinaria y equipo
		3311	Reparación de productos elaborados de metal
		3312	Reparación de maquinaria
		3313	Reparación de equipo electrónico y óptico
		3314	Reparación de equipo eléctrico
		3315	Reparación de equipo de transporte, excepto vehículos automotores
		3319	Reparación de otros tipos de equipo
	332	3320	3320 Instalación de maquinaria y equipo industriales

Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas

Elaborado por: Carla Hinojosa

⁴⁶ *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU.)* PAG. 169-173

A continuación se especifican las actividades que incluyen en cada código de clasificación en el documento CIIU R4 de la Naciones Unidas.

331 Reparación de productos elaborados de metal, maquinaria y equipo

Este grupo comprende la reparación especializada de productos del sector manufacturero con objeto de volver a poner en funcionamiento esos productos de metal, maquinaria, equipo y otros productos. Se incluyen las actividades de mantenimiento (servicio) general u ordinario de esos productos para garantizar que funcionen eficientemente y prevenir averías y reparaciones innecesarias.

No se incluyen las siguientes actividades:

- Reconstrucción o nueva construcción de maquinaria y equipo
- Limpieza de maquinaria industrial
- Reparación y mantenimiento de ordenadores y equipo de comunicaciones
- Reparación y mantenimiento de enseres domésticos

3311 Reparación de productos elaborados de metal

Esta clase comprende la reparación y el mantenimiento de los productos elaborados de metal clasificados en la división 25.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación de tanques, depósitos y recipientes de metal
- Reparación y mantenimiento de caños y tuberías

- Servicios móviles de soldadura
- Reparación de tambores de acero
- Reparación y mantenimiento de generadores de vapor de agua y otros vapores
- Reparación y mantenimiento de instalaciones auxiliares para generadores de vapor:
 - condensadores, economizadores, recalentadores, recolectores y acumuladores de vapor
- Reparación y mantenimiento de reactores nucleares, excepto separadores de isótopos
- Reparación y mantenimiento de partes para calderas marinas o de potencia
- Reparación de la chapa de calderas y radiadores de calefacción central
- Reparación y mantenimiento de armas de fuego y municiones (incluida la reparación de escopetas deportivas y de recreo)

No se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación de sistemas de calefacción central, etc.
- Reparación de sistemas mecánicos de cierre, cajas de caudales, etc.

3312 Reparación de maquinaria

Esta clase comprende la reparación y el mantenimiento de maquinaria y equipo industriales, como el afilado o la instalación de hojas y sierras de maquinaria comercial e industrial; la prestación de servicios de reparación por soldadura (p. ej., de carácter general o para vehículos automotores); la reparación de maquinaria y equipo de uso agropecuario y otros tipos de maquinaria y equipo pesados e industriales (p. ej., montacargas de horquilla y otros tipos de equipo de manipulación de materiales,

máquinas herramienta, equipo comercial de refrigeración, equipo de construcción y maquinaria para la minería), incluidos la maquinaria y el equipo de la división 28.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación y mantenimiento de motores distintos de los de vehículos automotores; por ejemplo, motores de buques o de locomotoras
- Reparación y mantenimiento de bombas y equipo conexo
- Reparación y mantenimiento de equipo de propulsión de fluidos
- Reparación de válvulas
- Reparación de elementos de transmisión e impulsión
- Reparación y mantenimiento de hornos para procesos industriales
- Reparación y mantenimiento de equipo de manipulación de materiales
- Reparación y mantenimiento de equipo comercial de refrigeración y de purificación de aire
- Reparación y mantenimiento de maquinaria comercial de uso general
- Reparación de otras herramientas de mano motorizadas
- Reparación y mantenimiento de máquinas herramienta y accesorios para cortar y conformar metales
- Reparación y mantenimiento de otras máquinas herramientas
- Reparación y mantenimiento de tractores de uso agropecuario
- Reparación y mantenimiento de maquinaria agropecuaria y forestal y de maquinaria para la explotación maderera
- Reparación y mantenimiento de maquinaria metalúrgica
- Reparación y mantenimiento de maquinaria para la minería, la construcción y la extracción de petróleo y gas

- Reparación y mantenimiento de maquinaria para la elaboración de alimentos, bebidas y tabaco
- Reparación y mantenimiento de maquinaria para la producción de textiles, prendas de vestir y artículos de cuero
- Reparación y mantenimiento de maquinaria para la fabricación de papel
- Reparación y mantenimiento de otros tipos de maquinaria de uso especial de la división 28
- Reparación y mantenimiento de básculas
- Reparación y mantenimiento de máquinas de venta automática
- Reparación y mantenimiento de máquinas registradoras
- Reparación y mantenimiento de fotocopadoras
- Reparación de calculadoras, sean o no electrónicas
- Reparación de máquinas de escribir

No se incluyen las siguientes actividades:

- Instalación, reparación y mantenimiento de calderas y otros tipos de equipo de calefacción
- Instalación, reparación y mantenimiento de ascensores y escaleras mecánicas

3313 Reparación de equipo electrónico y óptico

Esta clase comprende la reparación y el mantenimiento de productos de los grupos 265, 266 y 267, excepto los que se consideran enseres domésticos.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación y mantenimiento del equipo de medición, prueba, navegación y control del grupo 265, como:

- instrumentos de motores de aeronaves
- equipo de medición de emisiones de vehículos automotores
- instrumentos meteorológicos
- equipo de ensayo e inspección de propiedades físicas, eléctricas y químicas
- instrumentos de prospección
- instrumentos de detección y vigilancia de radiaciones

- Reparación y mantenimiento de equipo de irradiación y equipo electrónico de uso médico y terapéutico de la clase 2660, como:

- equipo de tomografía por resonancia magnética
- equipo de ultrasonidos de uso médico
- marcapasos
- aparatos para sordos
- electrocardiógrafos
- equipo electrónico de endoscopia
- aparatos de irradiación

- Reparación y mantenimiento de instrumentos y equipo óptico de la clase 2670, si se utilizan principalmente con fines comerciales, como:

- binoculares
- microscopios (excepto los electrónicos y protónicos)
- telescopios
- prismas y lentes (excepto las oftálmicas)
- equipo fotográfico

No se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación y mantenimiento de fotocopadoras
- Reparación y mantenimiento de ordenadores y equipo periférico
- Reparación y mantenimiento de proyectores informáticos
- Reparación y mantenimiento de equipo de comunicaciones
- Reparación y mantenimiento de cámaras de televisión y de vídeo de uso comercial
- Reparación de cámaras de vídeo de uso familiar
- Reparación de relojes

3314 Reparación de equipo eléctrico

Esta clase comprende la reparación y el mantenimiento de los artículos de la división 27, excepto los de la clase 2750 (Fabricación de aparatos de uso doméstico).

Se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación y mantenimiento de transformadores de fuerza y de distribución y de transformadores para usos especiales
- Reparación y mantenimiento de motores eléctricos, generadores y motores generadores
- Reparación y mantenimiento de dispositivos y aparatos de conmutación
- Reparación y mantenimiento de relés y controles industriales
- Reparación y mantenimiento de baterías primarias y de almacenamiento
- Reparación y mantenimiento de equipo de iluminación eléctrico
- Reparación y mantenimiento de dispositivos de cableado portadores de corriente y dispositivos de cableado no portadores de corriente para circuitos eléctricos

No se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación y mantenimiento de ordenadores y equipo periférico
- Reparación y mantenimiento de equipo de telecomunicaciones
- Reparación y mantenimiento de productos electrónicos de consumo
- Reparación de relojes

3315 Reparación de equipo de transporte, excepto vehículos automotores

Esta clase comprende la reparación y el mantenimiento del equipo de transporte comprendido en la división 30, excepto motocicletas y bicicletas. Sin embargo, la reconstrucción y el reacondicionamiento en fábrica de buques, locomotoras, vagones y aeronaves se clasifica en la división 30.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación y mantenimiento corriente de buques
- Reparación y mantenimiento de embarcaciones de recreo
- Reparación y mantenimiento de locomotoras y vagones (excepto la reconstrucción o conversión en fábrica)
- Reparación y mantenimiento de aeronaves (excepto la conversión, el reacondicionamiento y la reconstrucción en fábrica)
- Reparación y mantenimiento de motores de aeronaves
- Reparación de vagones y vagonetas de tracción animal

No se incluyen las siguientes actividades:

- Reconstrucción en fábrica de buques

- Reconstrucción en fábrica de locomotoras y vagones
- Reconstrucción en fábrica de aeronaves
- Reparación de motores de buques o de locomotoras
- des incrustación y desmantelamiento de buques
- Reparación y mantenimiento de motocicletas
- Reparación de bicicletas y sillas de ruedas para inválidos

3319 Reparación de otros tipos de equipo

Esta clase comprende la reparación y el mantenimiento de equipo no clasificado en otros grupos de esta división.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación de redes de pesca, incluido su remiendo
- Reparación de cordajes, aparejos, lonas y lonas impermeables
- Reparación de sacos de almacenamiento de abonos y productos químicos
- Reparación o reacondicionamiento de paletas, toneles, barricas y equipo similar de madera
- Reparación de máquinas tragaperras y otros juegos accionados con monedas
- Restauración de órganos y otros instrumentos musicales históricos

No se incluyen las siguientes actividades:

- Reparación de muebles domésticos y de oficina, restauración de muebles
- Reparación de bicicletas y sillones de ruedas para inválidos
- Reparación y arreglo de prendas de vestir

332 Instalación de maquinaria y equipo industriales. Véase la clase 3320.

3320 Instalación de maquinaria y equipo industriales

Esta clase comprende la instalación especializada de maquinaria. Sin embargo, la instalación de equipo que forma parte integrante de edificios o estructuras similares, como el cableado eléctrico, la instalación de escaleras mecánicas y la de sistemas de acondicionamiento de aire, se clasifica como actividad de construcción.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Instalación de maquinaria industrial en plantas industriales
- Instalación de equipo de control de procesos industriales
- Instalación de otros tipos de equipo industrial, como:
 - equipo de comunicaciones
 - ordenadores centrales y similares
 - equipo de irradiación, equipo electromédico, etcétera
- Desmantelamiento de maquinaria y equipo en gran escala
- Actividades de mecánicos instaladores
- Montaje de máquinas
- Instalación de equipo para boleras

No se incluyen las siguientes actividades:

- Instalación de cableado eléctrico, sistemas de alarma contra robos
- Instalación de sistemas de acondicionamiento de aire
- Instalación de ascensores, escaleras mecánicas, puertas automáticas, sistemas de

aspiración, etc

- Instalación de puertas, escaleras, mobiliario para tiendas, muebles, etcétera
- Instalación (configuración) de ordenadores personales

3.4 APORTES A LA ECONOMÍA DEL SUBSECTOR CIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

El Cuadro No 9 expone la clasificación del Banco Central del Ecuador, el subsector CIU C33 se ubica en la clasificación de Cuentas Nacionales dentro del código 032 que corresponde a Otros productos manufacturados, específicamente el código que se utiliza para el análisis es 032001010.

CUADRO No 9
Clasificación Producto Cuentas Nacionales CPCN

Código CPCN-2007	Descripción CPCN-2007	Nivel
032	Otros productos manufacturados	1
032001	Otros productos manufacturados	2
032001001	Joyas	3
032001002	Aparatos de laboratorio, odontológicos y otros instrumentos médicos n.c.p.	3
032001009	Otros productos manufacturados diversos	3
032001010	Servicios de reparación e instalación de maquinaria y Equipo	3

Fuente: BCE Cuadernos de Trabajo No 133 – Abril, 2011

Elaborado por: Carla Hinojosa

El BCE realiza todas sus actividades en relación a variables macroeconómicas, es por esto que en el caso del subsector CIIU C33, tratándose de una variable microeconómica en este análisis se intenta mostrar la información económica que más se acerque a este sector. Cabe recalcar que esta información es de todas las empresas y que se desconoce la participación exacta de la PYME en cada una de las variables económicas.

3.4.1 Generación de Valor Agregado

En el Cuadro No 10 se observa que el subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo se encuentra dentro de una clasificación interna de Cuentas Nacionales que comprende las CIIUs desde la 26 hasta la 33. Estas en conjunto aportan al valor agregado del PIB. En el año 2007 obtuvieron el 1.4% mientras que en el 2008 se incrementó al 1.5%.

CUADRO No 10
Valor Agregado Bruto por Industria - PIB
Miles de dólares de 2007 – Estructura Porcentual

CIIU Rev.4	Clasif. CN	SECTOR	2007	2008	% 2007	% 2008
C		INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	7.003.937	7.642.217	13,7	14,1
26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33		FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO; EQUIPO DE TRANSPORTE E INDUSTRIAS MANUFACTURERAS N.C.P.	739.027	838.548	1,4	1,5
	20	Fabricación de maquinaria y equipo; y, equipo de transporte	409.639	487.476	0,8	0,9
	21	Industrias manufactureras n.c.p.	329.388	351.072	0,6	0,6

Fuente: Boletín Cuentas Nacionales BCE

Elaborado por: Carla Hinojosa

3.4.2 Consumo

El consumo del subsector CIIU C33 forma parte de la agrupación de CIIUs Fabricación de maquinaria y equipo; equipo de transporte e industrias manufactureras n.c.p. de cuentas nacionales, en el Cuadro No 11 se demuestra las cifras expresadas en miles de dólares que en el año 2007 consumieron 15.392.580 y en el 2008 el consumo ascendió a 16.754.600.

En este caso como se habla de consumos intermedios, esto quiere decir que este valor corresponde a los consumos que realiza el sector a los demás sectores, estos pueden ser energía, productos, servicios, transporte, etc.

CUADRO No 11
Consumo Intermedio de las Industrias 2007-2008
Miles de dólares 2007

CIIU Rev.4	Clasif. CN	SECTOR	2007	2008
C		INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	15.392.580	16.754.600
26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33		FABRICACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO; EQUIPO DE TRANSPORTE E INDUSTRIAS MANUFACTURERAS N.C.P.	1.975.565	2.282.854
	20	Fabricación de maquinaria y equipo; y, equipo de transporte	1.269.008	1.525.564
	21	Industrias manufactureras n.c.p.	706.557	757.290

Fuente: Cuentas Nacionales - BCE

Elaborado por: Carla Hinojosa

3.4.3 Empleo

En el Cuadro No 12 se muestra información del código 32001 de Cuentas Nacionales, y se indica que en el año 2008 se constató 8.671 asalariados de los cuales 2.677 se encuentran declarados y 5.994 no lo están. Además existen 465 personas identificadas como patronos y 1.346 personas denominadas como cuenta propia. Así este sector tiene como total 10.482 empleos que se han generado en el año 2008.

CUADRO No 12
Empleo - Tabla de Utilización (TOUS) 2008

Industrias manufactureras ncp	32001
Asalariados Declarados	2.677
Asalariados No Declarados	5.994
TOTAL ASALARIADOS	8.671
Patronos	465
Cuenta Propia	1.346
Ayudantes Familiares	-
TOTAL EMPLEO	10.482

Fuente: Cuentas Nacionales - BCE

Elaborado por: Carla Hinojosa

3.5 PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE RSE EN LAS PYMEs

Las PYMEs tienen una incidencia en el desarrollo empresarial muy importante a nivel mundial. En base a datos porcentuales, las PYMEs representan más del 95% de las empresas en la comunidad europea, concentrando el empleo en el 60% en el sector industrial y más del 75% en el sector servicios.

Ejemplos claros del desarrollo de las PYMEs son el Japón, funcionando como subcontratistas en la producción de partes; Italia, la pequeña industria contribuye con el 50% al PIB. Por otro lado en el continente Americano, en muchos países latinoamericanos, las PYMEs han contribuido al desarrollo económico como social de sus naciones disminuyendo el índice de desempleo e incentivando a la demanda del mercado e industria nacional.

En base a los estudios efectuados por Business Monitor Latin America (BLMA)⁴⁷, en el año 2012, los líderes en PYMEs de Latinoamérica son Colombia, Chile y México. Los empresarios señalan una mejora y crecimiento de las PYMEs frente al año 2011.

Los resultados obtenidos en la encuesta a empresarios de la región latinoamericana muestran que Colombia mantiene el mejor rendimiento de sus empresas, seguido por Chile, México y Brasil; siendo las áreas de inversión en mercadotecnia y ventas, e infraestructura. Además los sectores que presentan mayor crecimiento son la

⁴⁷ Cfr., S/N (2012). *Pymes de Colombia son las más óptimas de la región*. Artículo. p 1.

construcción, tecnología y servicios empresariales, hotelería y turismo, transporte y manufactura.

A continuación se describe como algunos países latinoamericanos han implementado prácticas responsables:

Responsabilidad Social Empresarial en PYMEs de Argentina⁴⁸

Hace 10 años atrás, la Responsabilidad Social Empresarial en Argentina se desarrollaba a nivel de grandes empresas, a partir del 2009 la RSE se enfocó en las PYMEs por dos razones: las empresas grandes evolucionaron en el concepto y lo bajaron a su cadena de valor; y las capacitaciones, conferencias y cursos especializados, una vez saturado el nicho de grandes compañías, se direccionaron completamente a las pequeñas y medianas empresas, constituyéndose así en un modelo de gestión sustentable que tiene en cuenta el impacto de las operaciones de la organización en la sociedad, el medio ambiente, sus recursos humanos, clientes y proveedores del país.

Existen tres grupos de PYMEs Argentinas destacadas por características particulares en implementación de su Responsabilidad Social Empresarial. El primer grupo son empresas que integran la cadena de valor de otras más grandes; un segundo grupo está formado por PYMEs exportadoras, más arraigadas a las tendencias internacionales; y un tercer grupo lo conforma una generación joven de pequeñas y medianas empresas, que nacen con la RSE inscrita en su constitución o razón de ser de la empresa.

⁴⁸ Cfr., EDBERTO. (2011). *Responsabilidad y Pymes Parte*. Artículo Educación. p 1.

Las dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial que mayor importancia tiene en el país son, en primera línea las relacionadas con el medio ambiente que permite bajar costos, disminuir riesgos y generar un impacto más directo en la comunidad; seguida por la dimensión de gobierno corporativo, que ordena y establece cuáles serán las directrices que guiarán a la empresa.

Según datos publicados por Horacio Roura, secretario de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional, quien realizó un balance del sector para el cierre del año 2010 en el cual presenta que, “desde la óptica del Gobierno, la realidad PYME: las pequeñas y medianas empresas hacen hoy el 42% del Producto Interno Bruto PIB y generan el 70% del empleo; tendencia en alza”.

Por lo que se concluye que casi la mitad de la producción, sean bienes o servicios del país en términos monetarios, proviene de la Pequeña y Mediana empresa que se desarrolla en el país, siendo el sector de mayor captación de empleo.

Existen políticas y programas que promueven la Responsabilidad Social Empresarial de las PYMEs en Argentina. Uno de los programas de esta índole es el denominado “Valor” cuyo objeto es el incrementar la competitividad y oportunidades de mercado de las PYMEs buscando de esta manera difundir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Argentina, en especial en las pequeñas y medianas empresas e implementarlas en aquellas que formen parte de la cadena de valor de grandes empresas. Fue impulsado conjuntamente por la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a través del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

Por otro lado, el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)⁴⁹ fue creado a mediados del año 2002 cuyo objetivo es impulsar el desarrollo sustentable de Argentina a través de la difusión de la importancia y esencia de la Responsabilidad Social Empresarial, como un modelo estratégico de gestión de la empresa contemplando los impactos económicos, sociales y ambientales causados por las actividades de la misma, el compromiso que mantiene con la comunidad, su entorno y con sus stakeholders. Hoy en día, las empresas deben ir perfeccionando las relaciones con sus públicos de los cuales directa e indirectamente depende siendo una inversión sustentable que no generará solo beneficios económicos para la misma compañía y desarrollo del país sino que obtendrá la fidelidad de estos grupos de interés.

La gestión que se base en principios socialmente responsables, no solo cumple aspectos legales, sino que genera un compromiso tendiente a establecer relaciones éticas y transparentes con el público en general.

Basándose en un conjunto de actividades y servicios orientados a todos los interesados en esta temática, el IARSE pretende fortalecer el compromiso del sector de negocios de Argentina con el desarrollo sustentable de la nación. Generando información y conocimiento, divulgando buenas prácticas en materia de RSE, estableciendo alianzas con entidades similares de toda América Latina y el mundo, promoviendo un compromiso gradual y creciente por parte de las empresas así como el ejercicio de una práctica profesional de la Responsabilidad Social Empresaria, aspiran a incidir –de una manera concreta– en el cambio estructural que requiere Argentina. El Instituto trabaja

⁴⁹ Cfr., Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial – IARSE. (2005). [http://www.deres.org.uy/home/descargas/guias/Paso_a_paso_para_PyMES_IARSE.pdf]. **Responsabilidad Social Empresarial para Pequeñas y Medianas Empresas: Paso a Paso para PyMES.** p 7- 43.

en red con organizaciones comprometidas con la instalación de la RSE en Argentina. Esta red está conformada por núcleos empresarios que funcionan en distintas ciudades del país. Autónomos e independientes, los núcleos cuentan con programas propios de trabajo para contribuir a que las empresas que los conforman puedan llevar adelante una gestión ética y socialmente responsable.⁵⁰

El IARSE y el Instituto ETHOS abordan la Responsabilidad Social Empresaria tomando en cuenta siete grandes dimensiones: Valores y Transparencia, Público Interno, Medio Ambiente, Proveedores, Consumidores y Clientes, Comunidad, Gobierno y Sociedad. Por lo que en el manual “Paso a Paso para PYMEs” establece siete directrices de Responsabilidad Social Empresarial las mismas que se pueden resumir en:

- **Adoptar valores y trabajar con transparencia:** En base a los valores y principios que una empresa adopte se obtendrá conductas y decisiones cotidianas. Ser socialmente responsable implica atender las expectativas sociales con transparencia, mantener una buena comunicación entre empresa y stakeholder a través de la coherencia entre discurso y práctica.
- **Valorar a los empleados y colaboradores:** Una empresa socialmente responsables va más allá del respeto de los derechos laborales, es atender a sus empleados y colaboradores como clientes internos, valorándolos y cumpliendo con sus expectativas de buen ambiente laboral, trabajo en equipo, cumplimiento con sus necesidades económicas justas, salud, bienestar, seguridad, desarrollo de talentos y no usándolos como recursos de la compañía.

⁵⁰ Ibidem. p.7.

- **Aportar siempre más al medio ambiente:** La responsabilidad con el medio ambiente constituye el empleo adecuado de materias primas para su producción, el uso de energía, agua, en general todos aquellos insumos que requiere la empresa para su funcionamiento y que constituya una disminución de la agresión al medio ambiente a través de políticas y prácticas que se establezcan en el funcionamiento operacional de la compañía.
- **Involucrar a socios y proveedores:** Ser responsable con proveedores es impartir los valores que guían a la empresa para mantener un cumplimiento con el grupo de interés. El diálogo, acciones transparentes, cumplimiento de contratos, son factores que permiten al proveedor asumir compromisos de responsabilidad social.
- **Proteger a clientes y consumidores:** El trato a los clientes y consumidores es de esencial importancia para la imagen y existencia de la empresa. El desarrollo de productos confiables que cumplan con los requisitos de calidad y seguridad, proveer instrucciones de uso e informar, sobre sus riesgos potenciales y eliminar daños a la salud de los usuarios son acciones muy importantes, ya que la empresa produce cultura e influye en el comportamiento de todos. La empresa socialmente responsable ofrece calidad no solamente durante el proceso de venta, sino en toda su rutina de trabajo.
- **Promover la comunidad:** La relación que mantiene la empresa con la comunidad en donde se localiza constituye la práctica de sus valores con los cuales está comprometida. Socialmente responsable con la comunidad implica el respeto de sus costumbres, cultura, colaboración con la educación comunitaria, colaboración económica y mingas para el desarrollo de infraestructura, entre otros, son prácticas que mantienen las

compañías con este grupo de interés.

- **Comprometerse con el bien común:** Comprende el desenvolvimiento ético con la sociedad, es decir, cumplir con las leyes de recaudación de impuestos, nivelar los intereses de las empresas con la sociedad, es decir, buenas prácticas empresariales, contribuir con proyectos de desarrollo social, entre otros.

Responsabilidad Social Empresarial de PYMEs en Chile⁵¹

En base a datos establecidos por la División de Estudios del Ministerio de Economía, señalan que la MIPYMES en el año 2011, el 90% del total de empleos asalariados se generaron por este sector empresarial.

En el año 2011, en base a un estudio efectuado por el INE para llegar a la conclusión de qué tipo de empresa ha generado la mayor cantidad de puestos de trabajo, se concluyó que el 90% de 262.430 nuevos puestos de trabajo asalariado que se crearon fueron generados por las micro, pequeñas y medianas empresas. Los empleados que trabajan en una MIPYME ascienden de 54.5%, año 2010 y a 56.4% para el 2011.

De los 474.500 nuevos puestos de trabajo en el 2011, alrededor de un 95% fue generado por micros, pequeñas y medianas empresas. El sector que más contribuyó con empleos son la Industrial y de Comercio.

⁵¹ Cfr., J. C. Valda. (2011). *Chile: Microempresas y PYMEs lideran la creación de empleo en el último año*. Chile p 1.

Por otro lado, en base a un estudio realizado por Acción Social y la consultora IPSOS, artículo publicado en marzo de 2011, a 321 PYMEs de Chile, presentan un gran interés por la gestión de Responsabilidad Social Empresarial. El 20.6% de PYMEs formales consideran que la RSE está basada en el desarrollo de Recursos Humanos, un 12.5% a la Responsabilidad con la Sociedad, un 10.6% a los valores, un 5.9% al medio ambiente y sólo un 0.6% a la imagen. Además existe un gran compromiso con el respeto y mejoramiento de las condiciones laborales cuya fuente primordial es la buena comunicación entre las partes que conforman la empresa. La necesidad de buenas prácticas operativas que conlleven a medidas de eco-eficiencia que contribuyan a la sustentabilidad como son las políticas de reducción de la polución al ecosistema (gases efecto invernadero), pero lastimosamente sólo un 12.8% de las encuestadas admitió trabajar en la reducción de este tipo de contaminación.

Existen programas de Responsabilidad Social Empresarial vinculada con la comunidad, no obstante, los porcentajes de la gestión con este vínculo social es reducido, se tiene cifras de que el 56.7% de las PYMEs realiza una acción de soporte a la comunidad, no obstante, el 57% mantiene un negativo de apoyo. Gracias al desarrollo del internet y demás redes sociales de información ha generado gran comunicación acerca de la RSE con un favoritismo del 89.7% de audiencia seguido por el 64.2% que mantienen de preferencia al uso de los diarios para mantenerse informados.⁵²

Se puede concluir que el pilar fundamental para hacer gestión de la Responsabilidad Social Empresarial es a través del desarrollo del talento humano por medio de capacitaciones y compromiso con la cadena de valor corporativo.

⁵² Cfr., M. Adams. (2012). *El Estado de la RSE en las PYME's de Chile*. Capacitarse p.1.

En el Estado Chileno existen normas, leyes e instancias⁵³ que son diseñadas para el incentivo, en este caso, de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMEs. Tal es el caso de la Ley 20.416, la misma que trata de fijar normas especiales para las empresas de menor tamaño (EMPT). Incorpora un sistema general de análisis de impacto regulatorio, este análisis constituye una herramienta de aplicación sistemática que tiene como objeto el analizar los costos, beneficios y efectos esperados de la regulación nueva con el fin de incentivar y aumentar la eficiencia de las políticas públicas a quienes toman decisiones en la organización.

Por otro lado se tiene a la organización sin fines de lucro independiente – Acción RSE – con más de 100 empresas asociadas a las que impulsa a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial. Su objetivo es apoyar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsables para un desarrollo sustentable. Para su logro, la organización hace entrega a las empresas de herramientas, conocimientos, acceso a redes, servicios, hace partícipes en proyectos de trabajo, entre otros, para que por su propio mérito desarrollen una estrategia de sustentabilidad.

La Fundación PROhumana, es una organización sin fines de lucro que mantiene en su legado la construcción de Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana en Chile, gestionando la proactividad desde cada individuo como unidad y empresas como un cuerpo de sociedad. Los servicios que ofrece a las compañías constituyen el diagnóstico de RSE, desarrollo de programas de RSE, asesorías en procesos de certificación de RSE, desarrollo de reportes de RSE, diseño de mecanismos de diálogo y retroalimentación con los grupos de interés, capacitaciones, entre otros.

⁵³ Cfr., F. Urroz R. (2011). [<http://www.guioteca.com/rse/rse-en-chile-que-instituciones-la-promueven/>] *RSE, en Chile, qué instituciones la promueven.*

Casa de la Paz, es una organización sin fines de lucro con el objeto de promover el desarrollo sostenible a través de la concientización e implementación, por parte de las empresas, de acciones concretas orientadas al manejo del entorno sean actividades como programas de reciclaje, eficiencia energética, entre otros. Esto permite generar cambios en la cultura ambiental de la comunidad. Por otro lado, está enfocada la organización sin fines de lucro en desarrollar políticas, planes y programas de relacionamiento entre empresas y comunidades con la mira de instaurar hábitos sostenibles en las comunidades.

En conclusión, Casa de la Paz se enfoca en áreas de gestión ambiental participativa y convivencia sustentable.

Pacto Global Chile, constituye una iniciativa internacional de la ONU, la misma que provee de un marco general para fomentar el crecimiento sustentable y la responsabilidad cívica de empresas comprometidas y creativas de aquellas organizaciones que ingresen al Pacto de manera voluntaria. Solicita esta iniciativa internacional, a que las empresas asociadas se guíen por un conjunto de valores fundamentales determinados por los derechos humanos, las condiciones de trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Responsabilidad Social Empresarial en PYMEs de Colombia⁵⁴

En base a la encuesta efectuada por el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE)⁵⁵, con una muestra de 737 empresas de la cual 80% conformaban PYMEs y el 20% eran grandes empresas. Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

- El 56% de los empleados conocían acerca de la Responsabilidad Social Empresarial.
- No existe una clara definición de la RSE, por lo que el 61% se considera que tiene relación la responsabilidad con los empleados, el 41% solo con la sociedad y comunidad y el en segundo plano el compromiso con los clientes, el medio ambiente, la sostenibilidad de la empresa, las políticas de gobierno y la ética.
- Con respecto a la interacción con la comunidad, el 38,25% de las empresas lo efectúan, siendo de estas tan solo el 2.48% documentadas y sólo el 8.07% las evalúan y mide.
- Entre el 50% y 60% de las empresas se direccionan a la disminución de la contaminación ambiental por efectos de sus operaciones industriales, racionalización del consumo de agua y energía así como la realización de actividades en prevención de riesgos laborales, impulso al desarrollo profesional de todos los empleados y a diseño de estrategias para la atención oportuna de las necesidades de los clientes y consumidores.

Además, mantienen en sus políticas las buenas prácticas anticorrupción con los clientes tanto internos como externos y una competencia leal.

⁵⁴ Cfr., A. G. Rodríguez. (2003). *La realidad de la PYME en Colombia: Desafío para el Desarrollo*. FUNDES. Fotolito Colombia Prerensa Digital. p 7-17.

⁵⁵ Cfr., L. A. Macías Quintana. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial de Colombia*. Editorial s/n. p.13-15.

Para que una empresa conforme la categoría de pequeña y mediana empresa, se debe basar en la Ley MIPYME, la cual señala que, “...micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), es toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana,...” que cumpla con los criterios de activos y número de empleados para pequeña y mediana, cuando son contradictorios, prevalece el factor activos. No obstante, el país corre con delimitación de información real y actualizada como también de datos estadísticos para la formulación de proyectos y planes que sustenten el desarrollo de las PYME’s.

Los efectos de las actividades industriales, comerciales y de servicios que combinando tanto al capital, trabajo y medios productivos de las micro, pequeñas y medianas empresas en el país, han sido notorios tanto en aspectos económicos como sociales. Se puede señalar de un crecimiento del nivel de producción, la redistribución del ingreso y la riqueza incrementando el mercado la cantidad de personas con suficiente ingreso para demandar los productos y servicios. En efectos sociales, se ha percibido el aumento del empleo, capacidad de adaptación y aprendizaje y, por lo tanto, sobre el bienestar de la población de un país.

Tanto como entidades gubernamentales y no gubernamentales han propuesto programas, ya en marcha, que fortalezcan los aspectos productivos, financieros, comerciales, de mercadeo y exportación. Entre estos proyectos se tiene a Proexport a través del programa MIPYMES, Sena, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Bancoldex, Fundes, Acopi, entre otros.

Los programas más destacables a nivel de Responsabilidad Social Empresarial se puede mencionar a:

- INNPULSA MIPYMES:⁵⁶ El Fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresas denominado INNPulsa Mipymes se basa en la Ley 1450 vigente desde el 16 de junio de 2011. El fondo es administrado por BancolDEX. INNPulsa Mipymes apoya programas, proyectos y actividades dirigidas a la innovación y competitividad de este segmento empresarial. Los tópicos que apoya este proyecto se centran en la innovación empresarial de nuevos productos o servicios, el mejoramiento significativo de producto o servicios, y la modernización para el desarrollo de proveedores, distribuidores y encadenamientos transversales de las micros, pequeñas y medianas empresas, con más de dos años de operación. MIPYMES pueden beneficiarse con financiación y herramientas para adaptarse a los retos y oportunidades que presenta el mercado y una dinámica de modernización e innovación y de modelos de negocio que se mueve cada vez más rápido en el mundo.
- BancolDEX:⁵⁷ El Gobierno Nacional de Colombia presentó el programa “aProgresae”, el cual crea un cupo de crédito por 1,5 billones de pesos para apoyar la productividad y competitividad exclusivamente de las MIPYMES. El crédito opera en moneda legal y en dólares bajo el mecanismo de redescuento y operaciones de leasing y proyectos de inversión del plan de acción. Con este programa se busca la apertura del financiamiento intermediado para las MIPYMES, para el financiamiento de las operaciones productivas, inversiones de activos fijos y diferidos para modernización y ampliación de

⁵⁶ De INNPulsa MiPyme Colombia. [<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=23362>]. **Fondo de modernización e innovación para las micro, pequeñas y medianas empresa-iNNpulsa Mipymes**. Colombia.

⁵⁷ S/N. [<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/financiacion.htm>]. **Sección PYMES – Fuentes de Financiación**. Colombia.

la capacidad productiva, desarrollo y adquisición de nueva tecnología, aumento del valor agregado de productos y servicios, desarrollo de programas para el control y mejoramiento del impacto ambiental. Además a la formación del talento humano, entre otras.

Indiscutiblemente en vías de desarrollo, los proyectos enfrenta grandes dificultades como las desigualdades en las oportunidades de expansión y exportación de productos, las relaciones con el Estado, las imperfecciones del mercado, que las colocan en desventaja respecto a la gran empresa para aprovisionarse de factores de producción, como capital, tecnología, información sobre oportunidades de negocios de diversa índole, la obtención de recursos y su financiamiento, entre otros.

Responsabilidad Social Empresarial en PYMEs en México⁵⁸

México es considerado como el tercer país en Latinoamérica con PYMEs que emprenden actividades con Responsabilidad Social Empresarial, gestión que bordea el 55.4% del total de sus operaciones.

Según cifras de la Secretaría de Economía de México, las PYMEs contribuyen con el 52% al PIB y generan más del 72% de empleo formal. Datos a mediados de junio exponen que en México existen 5'144.056 empresas, de las cuales 99,8% corresponden tanto a micro, pequeñas y medianas empresas registradas.

⁵⁸ Cfr., O. González. (03/06/2011). *Pymes generan 72% del empleo en México*. México. Diario El Universal. Artículo. p.1.

Para el establecimiento, desarrollo y consolidación de las PYMEs, la Secretaría de Economía por medio de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa (SPYME), determinó una estrategia dividida en cinco etapas de acuerdo a su tamaño, es decir, cada fase se dirige a: emprendedores, microempresas, pequeña y mediana empresa, empresa gacela y empresas tractoras, respectivamente. Para la investigación en efecto corresponde la tercera etapa – fase PYME- que comprende al desarrollo de la pequeña y mediana empresa en el territorio nacional.

La instrumentación del Programa Nacional de Promoción y Acceso al Financiamiento para PYMEs, mantiene como objetivos el asegurar que las empresas accedan a créditos en condiciones competitivas, además de garantías y capacitación del sistema financiero; promover y difundir el apoyo de las instituciones financieras por medio de foros y eventos que proporcionan soluciones a aspectos específicos y necesidades de las PYMEs.

El programa nacional opera bajo 5 aspectos como son garantías, extensiones financieras, desastres naturales, proyectos productivos e intermediarios financieros especializados.

Las políticas para este sector empresarial se enfocan en:

- Aumentar la productividad de las PYMEs, a través de capacitaciones administrativas, operativas y comerciales.
- Adquisición nueva tecnología para los procesos productivos.
- Disminución de costos de producción en especial la energía eléctrica.
- Desarrollo de una mejor imagen corporativa y mejora de la administración del negocio.

Para el desarrollo, bajo este programa, las empresas reciben apoyo del Gobierno Federal para atender sus necesidades específicas, bajo cinco estrategias que corresponden a financiamiento, comercialización, capacitación y consultoría, gestión e innovación y desarrollo tecnológico.

Cabe señalar que lo fundamental para que una PYME se desarrolle y se mantenga en el mercado es desarrollar los procesos de capacitación y de planeación de las actividades y sub actividades empresariales.

Una característica particular de las pequeñas y medianas empresas que hace que se ubiquen en el tercer lugar de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial es que tienen una identidad colectiva que manifiesta en interdependencia, solidaridad y cooperación, porque las empresas básicamente en sus inicios se desarrollan en ámbitos familiares que puede sustentarse en el financiamiento que realizan los miembros familiares para la puesta en marcha del negocio por no incurrir en altos costos que representan en instituciones financieras. Para el efecto se desarrolla bajo promesa de palabra generando niveles de confianza y de hecho solidaridad. Este comportamiento se traslada después al actuar comunitario buscando el bienestar colectivo.⁵⁹

⁵⁹ Cfr., M. A. Axtle Ortiz y C. M. Barber Kuri. (2007). *La Responsabilidad Social en las PYME's*. Fortuna. p.1.

CAPÍTULO 4: ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1 METODOLOGÍA APLICADA

La metodología que se utiliza en la presente investigación es la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac⁶⁰ Latinoamérica y los diseños de investigación concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo del Distrito Metropolitano de Quito.

La investigación concluyente es un diseño de investigación cuyo objetivo principal es facilitar la toma de decisiones al determinar, evaluar y seleccionar el mejor curso de acción ante una situación dada. En ella, se prueban las hipótesis específicas y se examina la relación entre las variables. Una hipótesis es la herramienta que orienta y delimita la investigación.

Una investigación concluyente se caracteriza por proveer información definida puntualmente, el proceso de la investigación es formal y estructurado, la muestra es mayor porque debe representar a la población, y el análisis de los datos es cuantitativo.

⁶⁰ UNIAPAC LATINOAMERICANA, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona, “*Guía para una gestión empresarial integral*”

Los resultados que arroja este tipo de investigación son definitivos.⁶¹

La investigación concluyente se clasifica en dos grupos: descriptiva y causal.

En este caso se realiza la investigación descriptiva, ya que tiene como principal prioridad la descripción de las funciones y características del mercado, es decir, el cálculo del porcentaje de unidades en una población específica que presentan cierto comportamiento; el conocimiento sobre la percepción de las características de un producto/servicio; el cálculo del grado de asociación de las variables de mercadeo; y el establecimiento de predicciones específicas.

El diseño de este tipo de investigación responde a las preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿cómo? .Los instrumentos más utilizados en esta investigación son: el análisis cuantitativo de información secundaria, encuestas, paneles y observaciones.

Para la investigación se usó el método de la encuesta personal y como herramienta básica el cuestionario para recopilar la información requerida. Mediante esta herramienta se pudo acceder a las empresas y conocer la situación actual de las mismas, además el criterio que tienen los gerentes propietarios de las PYMEs acerca de la responsabilidad social empresarial.

⁶¹ DOMÍNGUEZ. S, (2011) “*Investigación de mercados*”, Agencia de Mercadeo para Pymes y Microempresas

4.1.1 Técnicas de recolección de información

Datos primarios.- Se originan con el propósito específico del estudio y atienden el problema planteado; pueden ser de naturaleza cualitativa y cuantitativa. Los datos cualitativos descriptivos analizados se recopilaron utilizando el cuestionario de manera directa, este se aplicó a los Gerentes de las PYMEs del subsector CIU C33, o a las personas designadas por este para contestar la encuesta en representación de la empresa. El cuestionario que se aplica consta de 150 preguntas (ver Anexo No. 1).

El cuestionario aplicado a los empresarios, está conformado por cuatro secciones, son las siguientes:

- Información general
- Ética y transparencia (Necesidades trascendentales)
- Calidad de vida (Necesidades del ser)
- Generación y distribución de la riqueza (Necesidades materiales)

Datos secundarios.- Los datos recopilados provienen de fuentes internas y externas. Las fuentes secundarias internas son documentos propios de la empresa o informes de RSE, memorias, iniciativas, normativas, códigos, manuales, etc, con el afán de contar con información válida para el análisis en el desarrollo de la investigación.

De manera complementaria pero no menos importante se revisan artículos y publicaciones relacionadas con la actividad de la PYMEs de la Industria manufacturera del DMQ comprendidos en libros periódicos, revistas, paper, páginas web, estadísticas de entidades públicas y privadas que ayuden al propósito de la presente investigación.

4.1.2 Población

La población para este estudio son las PYMEs de la industria manufacturera del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, constituida por las empresas que según la Superintendencia de Compañías llevan a cabo las actividades de, Reparación de productos elaborados de metal, maquinaria y equipo, Instalación de maquinaria y equipo industriales.

En el Cuadro No. 13 se encuentra la información de la población del subsector CIIU C33, que cuenta con 43 empresas entre pequeñas y medianas, válidas para ser encuestadas. Las empresas de este subsector se listan en el Anexo 2.

CUADRO No. 13
Ficha técnica de la población del
CIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo

INFORMACIÓN	DATOS
Población	43
Rama actividad	C - Industria manufacturera
Rama de subactividad	C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo
Cobertura geográfica	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
Año	2012

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

4.1.3 Tamaño de Muestra

Para obtener la muestra de la población se utiliza la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, de tal forma que cada unidad de la población tenga la posibilidad de ser encuestado y cuyos resultados sean fácilmente proyectables.

Se aplica la siguiente fórmula para hallar la muestra con poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \times z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

En el Cuadro No. 14 se muestran los datos con los que se obtiene la muestra:

CUADRO No. 14
Cálculo de la Muestra

VARIABLES	SÍMBOLO	VALOR
Población	N	43
Nivel de confianza	Q	95%
Parámetro crítico	z^2	1.96
Proporción aceptación	P	0.5
Error máximo	e^2	10%
Muestra	N	30

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

Desarrollo de la fórmula:

n =	$43 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)$
	$0,10^2 \times (43 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)$

n =	30
-----	-----------

El resultado de aplicar la fórmula indica que da muestra para el subsector CIIU C33 es de 30 empresas.

4.2 Trabajo de Campo

La encuesta utilizada en la investigación se basa en la propuesta UNIAPAC con el Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial, el documento se aplicó a los gerentes o representantes de las empresas que constan en la muestra.

La primera acción que se realizó fue contactar a las empresas vía telefónica, se confirmaban los datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías y ya con el nombre correcto del gerente se procedía a solicitar una cita, después de realizar una breve explicación sobre el proyecto los gerentes o encargados accedían y se concretaba la cita en los días siguientes, fueron pocas la ocasiones que se consiguió una cita de esta manera.

En algunos casos luego de verificar los datos, la empresa solicitaba que se envíe un correo electrónico con toda la información y que se adjunte la carta de la universidad, lo cual fue realizado de inmediato y se confirmaba de la recepción del mail, en estos casos al igual que por vía telefónica se logró concretar pocas citas.

Debido a la falta de tiempo, ausencia o desinterés por parte de los representantes de las empresas no se pudieron realizar algunas encuestas.

En vista de que mediante vía telefónica o vía mail no se concretaban las citas fue necesario tomar la decisión de realizar visitas a las mismas sin previa cita, esto se programó clasificando a las empresas por sectores y visitando a un promedio de tres empresas por día.

En estas visitas se pudo conversar con los empleados y concretar una cita, en el mejor de los casos se pudo realizar en ese momento la encuesta, siendo esta la mejor manera de conseguir la información de las empresas.

En las visitas se pudo constatar que algunas empresas ya no se encontraban en la dirección registrada o que fueron cerradas.

Es importante decir que la mayoría de las empresas conoce el término responsabilidad social pero no a fondo, muchos gerentes se mostraron interesados en el tema mientras que otros pensaban que no era necesario aplicarlo en su empresa. Durante las visitas se encontró empleados muy amables que ayudaban a que se den las citas y otros que se mostraban desconfiados al dar información.

Gracias a todos estos intentos se logró completar las encuestas de la muestra y en el Cuadro No: 15 se detalla el resumen de llamadas y visitas que se realizaron a las empresas.

CUADRO No: 15
Resumen de llamadas y visitas

DESCRIPCIÓN	No. Cías.
No desea colaborar	1
No corresponde número de teléfono / dirección	2
No existe	4
Empresas no contactadas	6
Citas obtenidas	30
Total	43

Fuente: Base de Datos Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Carla Hinojosa

4.3 Metodología UNIAPAC para PYMEs

La metodología que se utilizó en la presente investigación es la herramienta de “Autodiagnóstico de Sostenibilidad” del Protocolo RSE, para una gestión empresarial integral, de Uniapac⁶² Latinoamérica y los diseños de investigación exploratoria y concluyente descriptiva aplicados a un grupo de PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito.

La metodología propuesta por el Protocolo de la RSE de UNIAPAC se basa en los principios fundamentales de la Ética Social Integral (ESI), es decir toma en cuenta aspectos como el respeto a la dignidad de la persona humana, el bien común, el destino universal de los bienes, la subsidiariedad, la participación y su aplicación está guiada por cuatro valores íntimamente relacionados entre sí, estos son inherentes a la dignidad de la persona humana y favorecen su auténtico desarrollo, estos son la verdad, la libertad, la justicia y la paz.⁶³

La búsqueda de congruencia con estos principios y valores inicia con el “Autodiagnóstico de Sostenibilidad”, para conocer un primer mapa de fortalezas y riesgos y orientar la toma de decisiones y la gestión cotidiana en la propia empresa. Esta herramienta permite, analizar las áreas críticas y concluir ciertas ideas sobre la realidad de este subsector, de tal manera que al finalizar el documento se pueda

⁶² Uniapac Latinoamericana, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona – Guía para una gestión empresarial integral

⁶³ UNIAPAC. (2008). La Rentabilidad De Los Valores. Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial - Una forma de gestión para empresas que perduran -. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México A.C. Págs.12-16

proponer ciertas recomendaciones para la implementación de la RSE como modelo de gestión estratégica empresarial.

Matriz de sostenibilidad y congruencia

El Cuadro No. 16 muestra los valores máximos posibles a obtener en cada línea estratégica por cada stakeholder. Estos valores son referentes contra los que se comparan los resultados obtenidos por las empresas encuestadas.

CUADRO No: 16
Matriz de Sostenibilidad y Congruencia

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
					Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Accionistas e inversionistas	Máximo 12 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 38 puntos			
b) Personas que integran la empresa	Máximo 16 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 46 puntos			
c) Proveedores	Máximo 12 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 14 puntos	Máximo 38 puntos			
d) Distribuidores, clientes y consumidores	Máximo 12 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 16 puntos	Máximo 44 puntos			
e) Gobiernos	Máximo 14 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 34 puntos			
f) Comunidad - sociedad	Máximo 14 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 36 puntos			
g) Competencia	Máximo 10 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 32 puntos			
h) Generaciones futuras	Máximo 10 puntos	Máximo 12 puntos	Máximo 10 puntos	Máximo 32 puntos			
TOTAL PUNTOS <small>Máximo 100 puntos por columna</small>	100,00	100,00	100,00	300,00	De 0 a 150	De 151 a 220	De 221 a 300
INDICE DE CONGRUENCIA (poner "X" en donde corresponda)							
Bajo 0% a 40%							De 0 a 150
Mínimo 41% a 75%							De 151 a 220 300,00
Sólido 76% a 100%							De 221 a 300

Fuente: Protocolo de Responsabilidad Social UNIAPAC
Elaborado por: Carla Hinojosa

CAPÍTULO 5: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DEL SUBSECTOR CIU

C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

5.1 RESULTADOS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

5.1.1 Ética y transparencia

Son los principios y fundamentos éticos en cada uno de los aspectos concernientes a la operación de la empresa, su transparencia interna y externa, así como su cumplimiento legal.

Cuando se habla de transparencia interna se trata de ser transparentes en las finanzas y contabilidad de la empresa, así como en los procedimientos internos y toma de decisiones en la empresa. Mientras que cuando se habla de transparencia externa, se trata de cómo la empresa maneja con el exterior su información, sus relaciones, etc.

La ética y transparencia también se trata de cómo todas las personas que conforman la empresa manejan sus funciones dentro y fuera de la misma, esto

debe ser expresado por la directiva y transmitido a todos sus integrantes, así se mantiene un código de ética en la empresa y se crea valores.

Con respecto a valores, la empresa debe tener definidas su visión, misión y declaración de valores. En estas se deben plasmar valores que vayan más allá del “alcance de utilidades”, sino de cómo “llegar a ser el mejor” y dar los lineamientos de cómo llegar a cumplir las metas de la empresa.

En lo que se refiere al Resumen de resultados, una vez realizadas las encuestadas a las 30 empresas del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, se presentan en los siguientes cuadros la información de cada Línea estratégica por los ocho stakeholders valorados mediante el cuestionario planteado en base al Protocolo de RSE de UNIAPAC.

En el Cuadro No 17 se encuentran los resultados con respecto al valor deseable de la Línea Estratégica I: Ética y transparencia, los cuales muestran que, el stakeholder “Los accionistas e inversionistas” obtiene el primer lugar dentro de esta categoría con una respuesta de 9,40/12 puntos del valor deseable; en segundo lugar se ubica “Distribuidores, clientes y consumidores” con 8,23/12 puntos; le siguen muy de cerca los stakeholders “Personas que integran la empresa” con una respuesta de 8,20/16 puntos y “Proveedores” con 8,20/12 puntos; después se encuentra “Comunidad-sociedad” con un resultado de 8,03/14 puntos; “Gobierno” con 7,87/14 puntos; en penúltimo lugar “Generaciones futuras” con una respuesta de 6,07/10 puntos y “Competencia” se ubica en último lugar con 6,03/10 puntos del valor deseable.

Realizando un análisis comparativo se describen los resultados de mayor a menor, las respuestas obtenidas versus lo deseable se muestran en el Gráfico No 4, se observa que la brecha que representa mayor negatividad para el Subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo se encuentra en el stakeholder “Personas que integran la empresa” con 48,75 por ciento que corresponde a 7,80 puntos de brecha; seguido por “Gobierno” con 43,81 que equivale 6,13 puntos, “Comunidad-sociedad” se encuentra con 42,62 que corresponde 5,97 puntos, después disminuye la brecha en “Competencia” con 39,67 equivalente a 3,97 puntos , “Generaciones futuras” con 39,33 que pertenece a 3,93 puntos, “Proveedores” con 31,67 correspondientes a 3,80 puntos , “Distribuidores, clientes y consumidores” con 31,39 derivado de 3,77 puntos y al final “Los accionistas e inversionistas con 21,67 por ciento que representa 2,60 puntos, siendo este el grupo con menor brecha entre el real y el deseable.

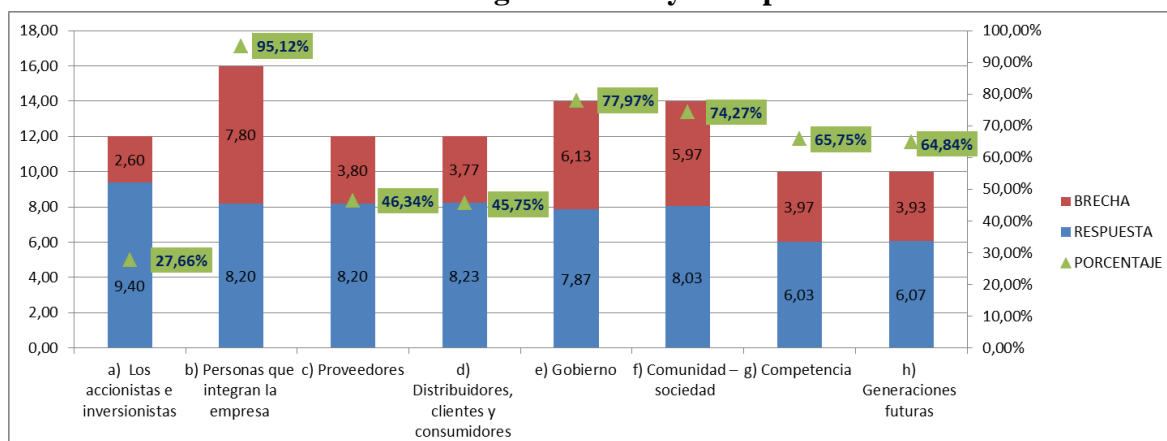
CUADRO No. 17
Línea Estratégica I: Ética y transparencia

STAKEHOLDERS	VALOR RESPUESTA	VALOR DESEABLE	BRECHA	%
a) Los accionistas e inversionistas	9,40	12	2,60	21,67%
b) Personas que integran la empresa	8,20	16	7,80	48,75%
c) Proveedores	8,20	12	3,80	31,67%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8,23	12	3,77	31,39%
e) Gobierno	7,87	14	6,13	43,81%
f) Comunidad – sociedad	8,03	14	5,97	42,62%
g) Competencia	6,03	10	3,97	39,67%
h) Generaciones futuras	6,07	10	3,93	39,33%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

GRAFICO No. 4
Línea Estratégica I: Ética y transparencia



Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

5.1.2 Calidad de vida

Se refiere a las condiciones óptimas y adecuadas en términos laborales, para lograr mayor productividad y desarrollo personal. Incluye las relaciones internas de los accionistas y de los colaboradores a todo nivel organizacional.

Buenas condiciones para los actores internos implica respeto al colaborador y compromiso con sus familias; involucra diálogo y participación de los trabajadores dentro de la toma de decisiones.

La calidad del ambiente laboral es una de las principales áreas del tema de RSE, y se relaciona con las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los trabajadores; todo ello ligado al conjunto de objetivos de la empresa.

La empresa recibirá beneficios como identificación de los colaboradores con la empresa, menores índices de ausentismo, menor rotación de trabajadores, reducción de casos de sabotaje, motivación, mayor productividad. Debido a la integración de calidad de vida, la empresa también verá un incremento en el valor de mercado, mayor valor intangible y mayores utilidades.

En el Cuadro No 18 se encuentran los resultados con respecto al valor deseable de la Línea Estratégica II: Calidad de vida, los cuales indican que, el stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” se encuentra en primer lugar dentro de esta categoría con una respuesta de 11,40/16 puntos de valor deseable; en segundo lugar se ubica “Los accionistas e inversionistas” con 9,90/14 puntos; le sigue “Proveedores” con 9,47/12 puntos; después se encuentra “Personas que integran la empresa” con 9,27/16 puntos; “Generaciones futuras” con 6,37/12 puntos, le sigue “Competencia” con 6,33/10 puntos; en penúltimo lugar “Comunidad-sociedad” con 3,43/10 puntos y finalmente el stakeholder “Gobierno” con 1,07/10 puntos de valor deseable.

Realizando un análisis comparativo se describen las respuestas obtenidas de mayor a menor, los resultados versus lo deseable se muestran en el Grafico No 5, se observa que la brecha que representa mayor negatividad para el Subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo se encuentra en el stakeholder “Gobierno” con 89,33 por ciento que corresponde a 8,93 puntos de brecha; le sigue, “Comunidad-sociedad” con 65,67 que equivale a 6,57 puntos, después “Generaciones futuras” con 46,94 correspondientes a 5,63 puntos, le sigue “Personas que integran la empresa” con 42,08 que pertenece a 6,73 puntos;

“Competencia” con 36,67 que equivale a 3,67 puntos; después se encuentra “Los accionistas e inversionistas” con 29,29 correspondientes a 4,10 puntos; “Distribuidores, clientes y consumidores” con 28,75 que representa 4,60 puntos y al final “Proveedores” con 21,11 por ciento equivalente a 2,53 puntos, este stakeholder es el de menor brecha entre el real y el deseable.

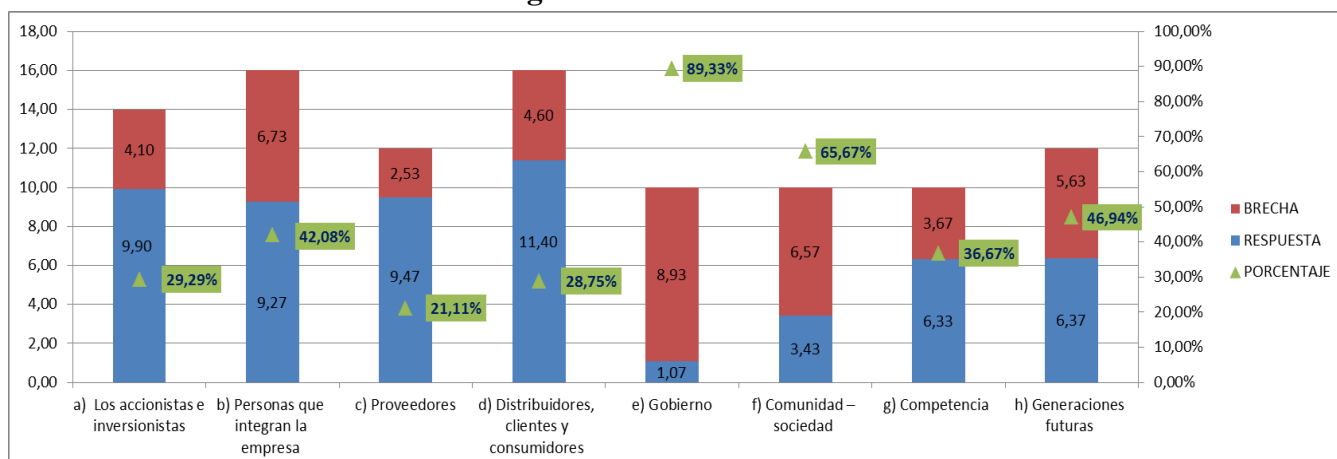
CUADRO No. 18
Línea Estratégica II: Calidad de vida

STAKEHOLDERS	VALOR RESPUESTA	VALOR DESEABLE	BRECHA	%
a) Los accionistas e inversionistas	9,90	14	4,10	29,29%
b) Personas que integran la empresa	9,27	16	6,73	42,08%
c) Proveedores	9,47	12	2,53	21,11%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	11,40	16	4,60	28,75%
e) Gobierno	1,07	10	8,93	89,33%
f) Comunidad – sociedad	3,43	10	6,57	65,67%
g) Competencia	6,33	10	3,67	36,67%
h) Generaciones futuras	6,37	12	5,63	46,94%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

GRAFICO No. 5
Línea Estratégica II: Calidad de vida



Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

5.1.3 Generación y distribución de la riqueza

Esta línea estratégica se refiere a la forma en que se genera la riqueza con la contribución de los grupos de interés y de cómo se debe distribuir a los mismos de manera equitativa.

Cuando se habla de distribución de la riqueza las empresas generalmente toman en cuenta a los grupos de interés internos, pero siguiendo el tema de RSE se trata de retribuir a la los demás grupos que también aportan a la misma directa o indirectamente.

En el Cuadro No 19 se encuentran los resultados con respecto al valor deseable de la Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza, los cuales indican que, el stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” se encuentra en primer lugar dentro de esta categoría con una respuesta de 11,93/16 puntos de valor deseable; en segundo lugar se ubica “Los accionistas e inversionistas” con 10,47/12 puntos; le siguen “Personas que integran la empresa” con 9,23/14 puntos; después se encuentra “Proveedores” con 8,20/14 puntos; “Competencia” con 7,63/12 puntos, le sigue “Gobierno” con 6,77/10 puntos; en penúltimo lugar “Generaciones futuras” con 4,57/10 puntos y finalmente “Comunidad-sociedad” se ubica en último lugar con 3,90/12 puntos de valor deseable.

Realizando un análisis comparativo se describen las respuestas obtenidas de mayor a menor, los resultados versus lo deseable se muestran en el Gráfico No 6, se observa que la brecha que representa mayor negatividad para el Subsector CIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo se encuentra en el stakeholder, “Comunidad-sociedad” con 67,50 por ciento que corresponde a 8,10 puntos de brecha; le sigue “Generaciones futuras” con 54,33 que equivale a 5,43 puntos; después “Proveedores” con 41,43 provenientes de 5,80 puntos, “Competencia” con 36,39 que corresponde a 4,37 puntos; después “Personas que integran la empresa” con 34,05 que equivale a 4,77 puntos, “Gobierno” con 32,33 que se deriva de 3,23 puntos; luego se encuentra “Distribuidores, clientes y consumidores” con 25,42 que equivalen a 4,07 puntos, al final “Los accionistas-inversionistas” con 12,78 que representan 1,53 puntos es el stakeholder con menor brecha entre el real y el deseable.

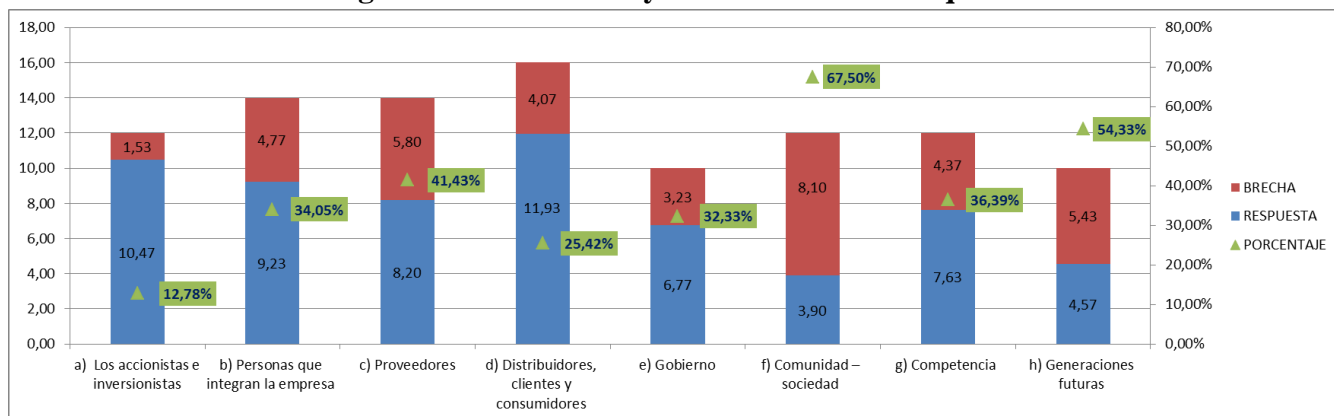
CUADRO No. 19
Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza

STAKEHOLDERS	VALOR RESPUESTA	VALOR DESEABLE	BRECHA	%
a) Los accionistas e inversionistas	10,47	12	1,53	12,78%
b) Personas que integran la empresa	9,23	14	4,77	34,05%
c) Proveedores	8,20	14	5,80	41,43%
d) Distribuidores, clientes y consumidores	11,93	16	4,07	25,42%
e) Gobierno	6,77	10	3,23	32,33%
f) Comunidad – sociedad	3,90	12	8,10	67,50%
g) Competencia	7,63	12	4,37	36,39%
h) Generaciones futuras	4,57	10	5,43	54,33%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

GRAFICO No. 6
Línea Estratégica III: Generación y distribución de la riqueza



Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

5.2 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Los resultados obtenidos se muestran en el Cuadro No. 20, los cuales indican que el 75 por ciento de las PYMEs de este subsector se encuentran en un grado inestable y el 25 por ciento en un grado de sólido.

CUADRO No. 20
Resultados Índice de Sostenibilidad

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	DESEABLE	INDICE DE SOSTENIBILIDAD (poner "X" en donde corresponda)		
						Riesgo 0% a 40%	Inestable 41% a 75%	Sólido 76% a 100%
a) Los accionistas e inversionistas	9,40	9,90	10,47	29,77	38,00			78%
b) Personas que integran la empresa	8,20	9,27	9,23	26,70	46,00		58%	
c) Proveedores	8,20	9,47	8,20	25,87	38,00		68%	
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8,23	11,40	11,93	31,57	44,00			72%
e) Gobierno	7,87	1,07	6,77	15,70	34,00		46%	
f) Comunidad - sociedad	8,03	3,43	3,90	15,37	36,00		43%	
g) Competencia	6,03	6,33	7,63	20,00	32,00		63%	
h) Generaciones futuras	6,07	6,37	4,57	17,00	32,00		53%	
TOTAL PUNTOS <small>Máximo 100 puntos por columna</small>	62,03	57,23	62,70	181,97	300,00	De 0 a 150 0,00	De 151 a 220 120,63	De 221 a 300 61,33

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

En el Cuadro No. 21 se observa que dentro del grado inestable el stakeholder “Proveedores” refleja el 68 por ciento, le sigue “Competencia” con el 63 por ciento, después se encuentra “Personas que integran la empresa” con el 58 por ciento, seguido de “Generaciones futuras” con el 53 por ciento, “Gobiernos” con el 46 por ciento y por ultimo “Comunidad – sociedad” con el 43 por ciento. Esto demuestra que si los stakeholders continúan aplicando acciones de la RSE pueden ascender al grado sólido, mientras que si descuidan estas acciones se encontrarán entre inestabilidad y riesgo.

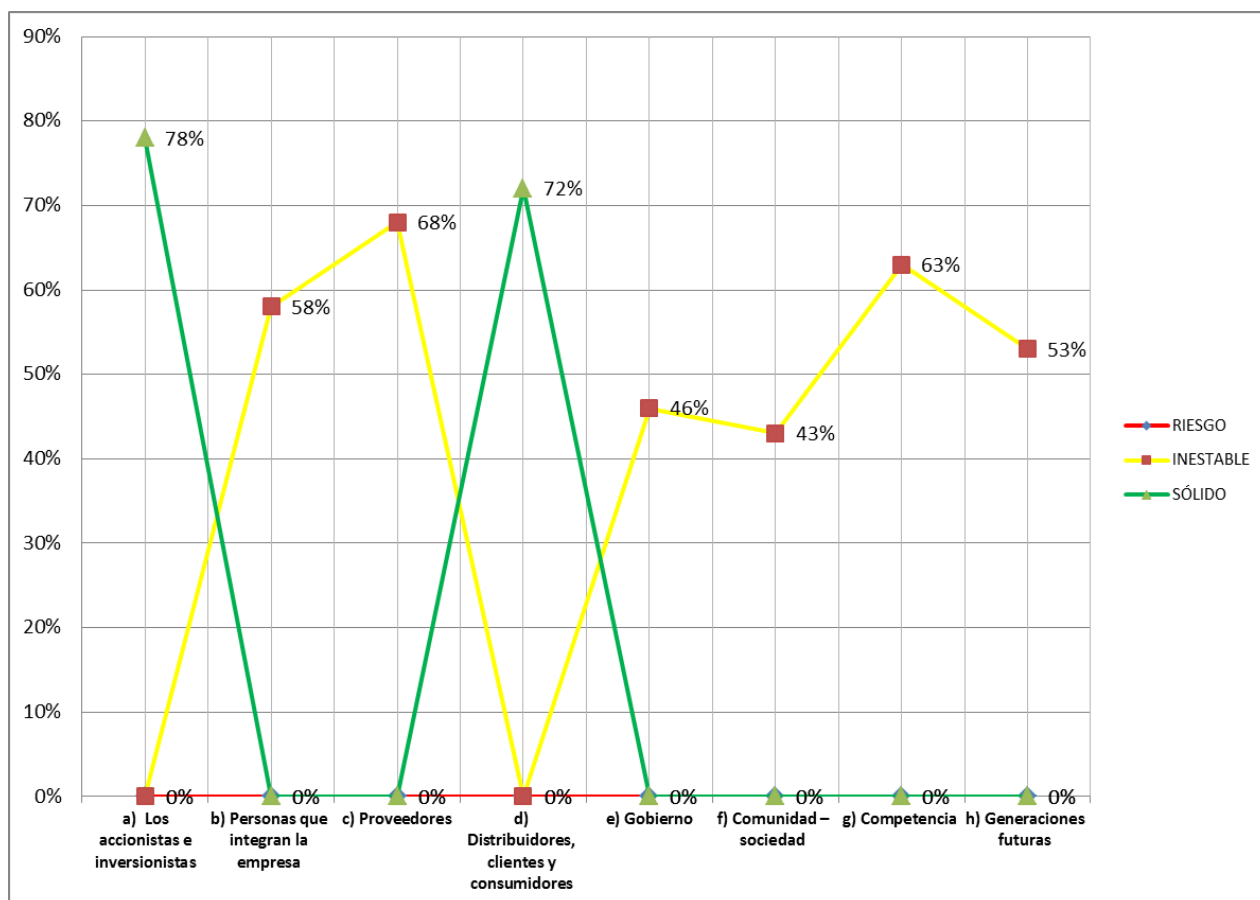
CUADRO No. 21
Resumen Índice de Sostenibilidad

INDICE DE SOSTENIBILIDAD	RIESGO 0% a 40%	INESTABLE 41% a 75%	SÓLIDO 76% a 100%
a) Los accionistas e inversionistas			78%
b) Personas que integran la empresa		58%	
c) Proveedores		68%	
d) Distribuidores, clientes y consumidores			72%
e) Gobierno		46%	
f) Comunidad – sociedad		43%	
g) Competencia		63%	
h) Generaciones futuras		53%	
TOTAL PUNTOS	De 0 a 150 0,00	De 151 a 220 120,63	De 221 a 300 61,33

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

GRAFICO No. 7
Índice de Sostenibilidad



Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

5.3 ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

En el Cuadro 22 se encuentra los resultados del índice de congruencia, de las tres líneas estratégicas, de las cuales se indica lo siguiente:

Se puede observar que “Ética y transparencia” se ve afectada por el stakeholder “Competencia” con 6,03 puntos mientras que “Los accionistas e inversionistas” con 9,40 puntos es el que mejor se comporta dentro de esta línea estratégica.

En “Calidad de vida” la más baja puntuación la tiene el stakeholder “Gobierno” con 1,07 puntos, por otro lado “Distribuidores, clientes y consumidores” con 11,40 obtiene la puntuación más alta.

Se demuestra que “Generación y distribución de la riqueza” se encuentra afectada por el stakeholder “Comunidad – sociedad” con 3,90 puntos mientras que “Distribuidores, clientes y consumidores” con 11,93 es el que mejor se comporta dentro de esta línea estratégica.

CUADRO No. 22
Resultados Índice de Congruencia

LINEAS ESTRATÉGICAS STAKEHOLDERS	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS	DESEABLE
a) Los accionistas e inversionistas	9,40	9,90	10,47	29,77	38,00
b) Personas que integran la empresa	8,20	9,27	9,23	26,70	46,00
c) Proveedores	8,20	9,47	8,20	25,87	38,00
d) Distribuidores, clientes y consumidores	8,23	11,40	11,93	31,57	44,00
e) Gobierno	7,87	1,07	6,77	15,70	34,00
f) Comunidad - sociedad	8,03	3,43	3,90	15,37	36,00
g) Competencia	6,03	6,33	7,63	20,00	32,00
h) Generaciones futuras	6,07	6,37	4,57	17,00	32,00
TOTAL PUNTOS <small>Máximo 100 puntos por columna</small>	62,03	57,23	62,70	181,97	300,00

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

En el Cuadro 23 se encuentra los resultados del índice de congruencia, de las tres líneas estratégicas la que mejor puntuación obtiene es “Generación y distribución de la riqueza” con el 63 por ciento, seguida de “Ética y transparencia” con el 62 por ciento y “Calidad de vida” con el 57 por ciento. El subsector CIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo con respecto a las tres líneas estratégicas y grupos de interés, este se ubica en el grado mínimo.

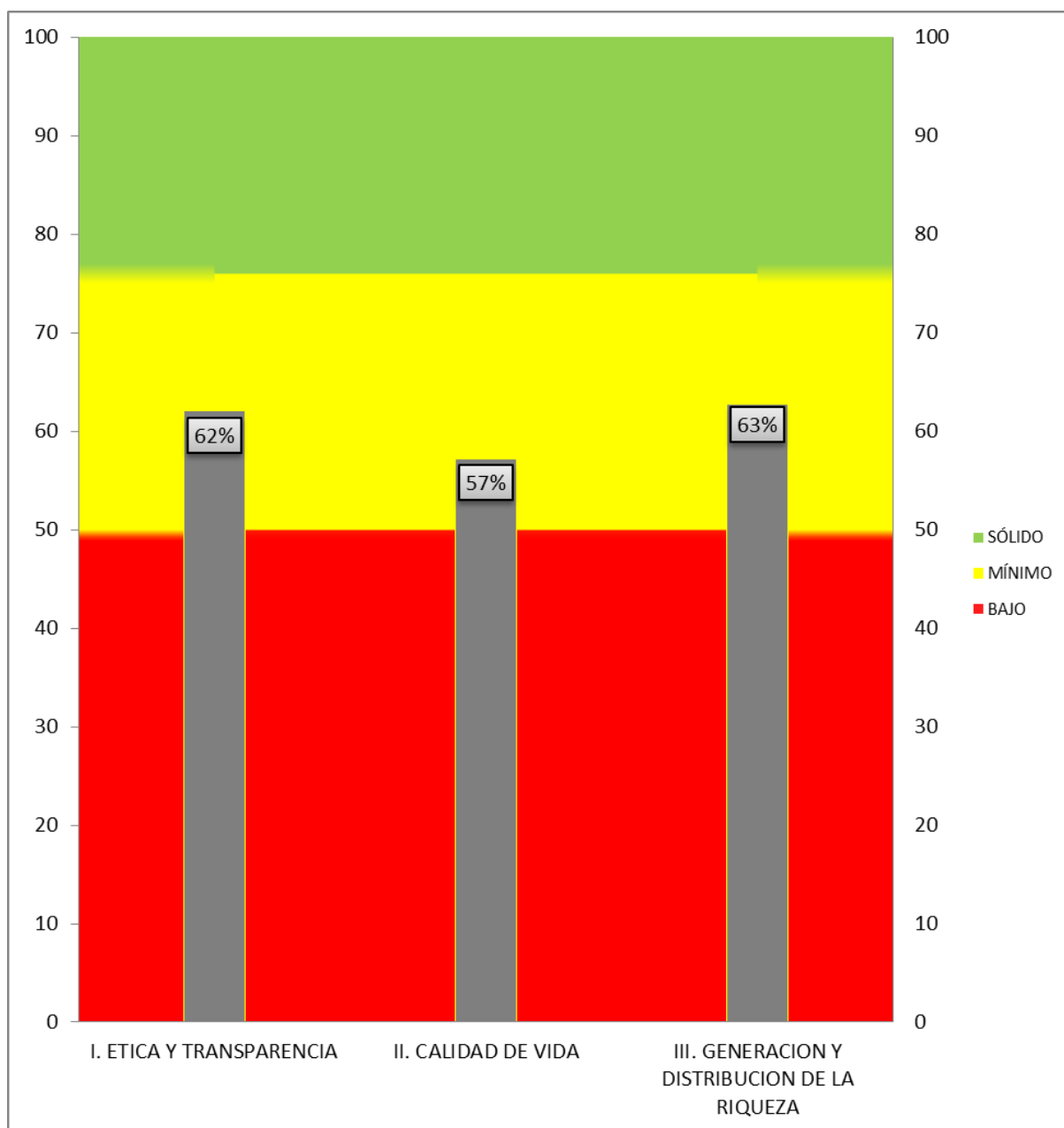
CUADRO No. 23
Resumen Índice de Congruencia

INDICE DE CONGRUENCIA	I. ETICA Y TRANSPARENCIA	II. CALIDAD DE VIDA	III. GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA	TOTAL PUNTOS
Bajo De 0% a 40%				De 0 a 150 0,00
Mínimo De 41% a 75%	62%	57%	63%	De 151 a 220 181,97
Sólido De 76% a 100%				De 221 a 300 0,00

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

GRÁFICO No. 8
Índice de congruencia



Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

5.4 ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD GLOBAL

El índice de sostenibilidad de RSE de las PYMEs del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, se analiza de manera global de acuerdo con el Cuadro No. 24, donde como observamos anteriormente seis de los ocho grupos de interés se encuentran en el grado inestable, es decir que el 75% de las PYMEs de este subsector han iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable pero que todavía les falta para llegar a un grado de solidez donde realmente se practique la RSE. Por otro lado, dos de los ocho grupos de interés se encuentran en el grado sólido, esto indica que el 25% las PYMEs del subsector tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo.

CUADRO No. 24
Grado de Solidez y Sostenibilidad Global

Verde	Tiene una gestión sólida y sostenible en el largo plazo.
Amarillo	Ha iniciado algunas acciones hacia una actuación integralmente responsable. Existen áreas de riesgo importante.
Rojo	Cumplimiento mínimo: cuidado, puede haber grupos relacionados que rechacen activamente a su empresa.

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL SUBSECTOR

CIIU C33: REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

6.1 DE LA VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En el Cuadro No. 24 se observa la validación de la información que se obtuvo del promedio de las tres líneas estratégicas por cada stakeholder, es decir, se tomó la sumatoria de los datos promedio de las 30 empresas y se dividió para el número de preguntas correspondientes a cada stakeholder obteniendo la respuesta promedio total de cada uno. Con estas respuestas se obtuvo un promedio por cada línea estratégica donde se indica que los empresarios del subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, se ubican en una respuesta cercana a uno, es decir que la respuesta en su mayoría fue “Parcialmente”.

El promedio para “Ética y transparencia” es 1,25 puntos, le sigue “Generación y distribución de la riqueza” con 1,24 puntos y al final “Calidad de vida” con 1,10 puntos.

Para “Ética y transparencia” el stakeholder que mejor se comporta es “Los accionistas e inversionistas” con 1,57 puntos, mientras que “Personas que integran la empresa” con 1,03 puntos, es el de menor respuesta.

En la línea estratégica “Calidad de vida” el stakeholder con mejor respuesta es “Proveedores” con 1,58 puntos mientras que “Gobierno” se encuentra muy por debajo del promedio con 0,21 puntos.

Para “Generación y distribución de la riqueza” el stakeholder de mayor aportación es “Los accionistas e inversionistas” con 1,74 puntos, mientras que “Comunidad-sociedad” con 0,65 puntos es el de menor respuesta.

CUADRO No. 25
Validación de la información

VALIDACION DE INFORMACIÓN	I ETICA Y TRANSPARENCIA	II CALIDAD DE VIDA	III GENERACION Y DISTRIBUCION DE LA RIQUEZA
a) Los accionistas e inversionistas	1,57	1,41	1,74
b) Personas que integran la empresa	1,03	1,16	1,32
c) Proveedores	1,37	1,58	1,17
d) Distribuidores, clientes y consumidores	1,37	1,43	1,49
e) Gobierno	1,12	0,21	1,35
f) Comunidad – sociedad	1,15	0,69	0,65
g) Competencia	1,21	1,27	1,27
h) Generaciones futuras	1,21	1,06	0,91
PROMEDIO	1,25	1,10	1,24

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

6.1.1 Interpretación

De la interpretación de los datos obtenidos se puede concluir que para la respuesta “Parcialmente”, en cuanto a Ética y transparencia corresponde a 34 por ciento, Calidad de vida 39 y Generación y distribución de la riqueza 31; las puntuaciones mayoritarias son para Calidad de vida.

En el “No” 23 por ciento es la puntuación más alta y corresponde a Calidad de vida, seguido del 22 por ciento de Generación y distribución de la riqueza y con 21 por ciento Ética y transparencia.

La respuesta “Si” obtiene en Ética y transparencia el 45 por ciento, Calidad de vida el 38 por ciento y Generación y distribución de la riqueza el 47 por ciento, siendo la ultima la de mayor puntuación.

En el Cuadro No. 26, los datos reflejan que la respuesta “No” es mayor en Calidad de vida, el empresario reconoce que dentro de sus responsabilidades la que más flaquea es su responsabilidad frente a la calidad de vida de sus grupos de interés.

La respuesta “Parcialmente” obtiene mayor porcentaje en Calidad de vida, esto refleja que el empresario se preocupa de algunos ámbitos de la calidad de vida de sus grupos de interés pero que todavía no ha tomado acciones en algunos temas importantes sobre calidad de vida.

Para la respuesta “Sí” los datos reflejan que Generación y distribución de la riqueza obtiene el mayor porcentaje, esto indica que los empresarios están pendientes de la correcta distribución de la riqueza de la empresa a sus grupos de interés.

CUADRO No. 26
Índice de Congruencia

Respuesta	Ética y transparencia		Calidad de vida		Generación y distribución de la riqueza	
	No.	Porcentaje	No.	Porcentaje	No.	Porcentaje
No	311	21%	348	23%	330	22%
Parcialmente	517	34%	587	39%	459	31%
Sí	672	45%	565	38%	711	47%
Total	1500	100%	1500	100%	1500	100%

Fuente: Cuestionario UNIAPAC

Elaborado por: Carla Hinojosa

6.1.2 Análisis de las Líneas estratégicas

Según este análisis, en la línea “Ética y transparencia” los empresarios en su mayoría respondieron que todos los grupos de interés estaban al tanto de su misión, visión y principios, además que contaban con un código de conducta, lo cual para sus grupos de interés esto era entendido como políticas de la empresa. En cuanto al informe de RSE la mayoría contestó que sí está incorporado dentro de sus balances anuales, pero no se encontró un amplio conocimiento del tema en los representantes de las empresas. En ciertos casos los empresarios afirmaron que las personas que integran la empresa participan en la planificación

estratégica, la mayoría aceptó que la planificación estratégica la realizan solamente los directivos.

En lo que se refiere a “Calidad de vida” los representantes de las empresas dieron a entender que cuentan con una estructura de Gobierno Corporativo pero la mayoría no posee registros documentados, también afirmaron que se preocupan por la calidad de vida de las personas que integran la empresa y por mantener un ambiente laboral que beneficie a todos, fueron pocos los empresarios que dieron una respuesta positiva a estar al tanto de la calidad de vida de los demás grupos de interés. En cuanto a evaluación de ambiente laboral los empresarios contestaron en su mayoría que no la realizan ya que en algunos casos las empresas tiene poco personal y les es innecesario aplicar un procedimiento de esta clase. En su mayoría los empresarios respondieron “parcialmente” a otorgar incentivos a sus empleados y su respuesta fue negativa en cuanto a realizar evaluaciones de desempeño para incentivar la productividad.

Al realizar las visitas se constató que la mayoría de empresas contaban con la infraestructura necesaria para realizar sus actividades, en algunos casos se pudo observar incomodidad en las instalaciones ya que se realizaban actividades múltiples en espacios no adecuados o muy pequeños.

La línea estratégica “Generación y distribución de la riqueza” obtuvo respuestas positivas en lo que se refiere a la correcta distribución de la riqueza, ya que la mayoría de empresarios afirmaron cumplir con todos los beneficios que dicta la ley, los empresarios reconocieron que no están al tanto de las necesidades que

tiene sus trabajadores. En cuanto a programas de formación de sus colaboradores la mayoría relaciono este tema con capacitación del personal, fueron muy pocos los empresarios que afirmaron tener programas de formación académica que beneficie a sus trabajadores. Los empresarios dieron a entender que no manejaban ningún tipo de indicador que avalúe las necesidades de sus empleados y familias. Los empresarios se mostraron interesados en saber cómo lo evalúan sus Distribuidores, clientes y consumidores, ya que algunos no tenían conocimiento sobre mecanismos que les ayude a obtener esta información.

En las tres líneas estratégicas todo en cuanto a Gobierno se refiere, los empresarios contestaron que se cumple lo que la ley exige y la mayoría afirmó que se encuentra al día con dichas obligaciones, pocos son los empresarios que afirman tener algún tipo de beneficio extra para las personas que integran la empresa. También dieron a conocer que se preocupan por implementar políticas a favor del cumplimiento de las leyes.

Por lo expuesto, la valoración de los ejes estratégicos en criterio del investigador, se encuentra sobrevalorado, porque no se pudo evidenciar las respuestas dadas en la encuesta, los empresarios son reservados al momento de suministrar la información y piden a sus empleados que todo se maneje de manera confidencial, se percibió que la mayoría de preguntas contestadas afirmativamente no reflejaban la realidad de las mismas, se manifestó un bajo nivel de conocimiento sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial, la mayoría de empresarios reitero que lo más importante es el cumplimiento de las

leyes, se obtuvo poca información sobre nuevas iniciativas de beneficios para los grupos de interés.

Por otro lado el investigador noto interés sobre el tema en los entrevistados y varios pedían información sobre los términos que desconocían, con las preguntas realizadas los empresarios se dieron cuenta que varios de los grupos de interés no estaban contemplados en su entorno, algunos se limitaban a contestar “Si”, “No” o “Parcialmente”, mientras que otros justificaban sus respuestas. El investigador concluye que la encuesta sirvió para promover la investigación del tema de RSE y para que cada empresario se informe y analice las ventajas que le puede dar a su empresa.

6.2 DEL ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

6.2.1 Sólido

Los grupos de interés que se encuentran en el grado sólido son “Los accionistas e inversionistas” con el 78 por ciento y “Distribuidores, clientes y consumidores” con el 72 por ciento.

Para el stakeholder “Los accionistas e inversionistas” la línea estratégica de mayor aportación fue “Generación y distribución de la riqueza” con 10,47 puntos; seguido de “Calidad de vida” con 9,90 y al final “Ética y transparencia” con 9,40.

En el caso del stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” la línea estratégica de mayor aportación fue “Generación y distribución de la riqueza” con 11,93 puntos; seguido de “Calidad de vida” con 11,40 y al final “Ética y transparencia” con 8,23.

El investigador concluye que los stakeholders sólidos deben mantener las gestiones que han venido realizando para poder ser sostenibles al largo plazo.

6.2.2 Inestable

De los ocho stakeholders seis se encuentran en grado inestable, “Proveedores” es el que mayor puntuación obtiene con 68 por ciento, le sigue “Competencia” con 63, luego “Personas que integran la empresa” con 58, después “Generaciones futuras” con 53, le sigue “Gobierno” con 46 y por ultimo “Comunidad-sociedad” con 43 por ciento.

Para el stakeholder “Proveedores” la línea estratégica de mayor aportación es “Calidad de vida” con 9,47 puntos, “Ética y transparencia” y “Generación y distribución de la riqueza” obtuvieron la misma puntuación de 8,20.

En el caso del stakeholder “Competencia” la línea estratégica de mayor aportación es “Generación y distribución de la riqueza” con 7,63 puntos, le sigue “Calidad de vida” con 6,33 y “Ética y transparencia” con 6,03.

Para el stakeholder “Personas que integran la empresa” la línea estratégica “Calidad de vida” es la que mayor porta con 9,27 puntos, le sigue “Generación y distribución de la riqueza” con 9,23 y “Ética y transparencia” con 8,20.

El stakeholder “Generaciones futuras” recibe mayor aportación de la línea estratégica “Calidad de vida” con 6,37 puntos, después de “Ética y transparencia” con 6,07 y “Generación y distribución de la riqueza” con 4,57.

En el caso del stakeholder “Gobierno” la línea estratégica “Ética y transparencia” aporta con 7,87 puntos, luego “Generación y distribución de la riqueza” aporta con 6,77 y en un nivel bajo de puntuacion se encuentra “Calidad de vida” con 1,07.

Para el stakeholder “Comunidad-sociedad” la línea estratégica “Ética y transparencia” aporta con 8,03 puntos, luego baja en “Generación y distribución de la riqueza” a 3,90 y por ultimo “Calidad de vida” con 3,43.

6.2.3 Riesgo

En la matriz del índice de sostenibilidad no se identificó ningún stakeholder en grado de riesgo.

6.2.4 Conclusión del Índice de sostenibilidad

Según el análisis el investigador concluye que las empresas del Subsector CIIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, en relación con sus stakeholders no realizan suficientes acciones integralmente responsables ya que solo dos grupos de interés se encuentran en grado sólido y los demás son inestables, varios de estos se encuentran en el límite del área de riesgo, es decir, si no gestionan sus actividades de manera sostenible la empresa no obtendrá ningún beneficio de RSE.

6.3 DEL ÍNDICE DE CONGRUENCIA DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Los resultados del índice de congruencia de las tres líneas estratégicas se muestran detallados a continuación:

6.3.1 Ética y transparencia

Se puede observar que en “Ética y transparencia” el índice de congruencia es 62,03 por ciento, el stakeholder “Los accionistas e inversionistas” aportó con 9,40 puntos siendo el mayor, después se encuentra “Distribuidores, clientes y consumidores” con 8,23; le siguen muy de cerca los stakeholders “Personas que integran la empresa” y “Proveedores” con una respuesta de 8,20 cada uno; después se encuentra “Comunidad-sociedad” con un resultado de 8,03; “Gobierno” con 7,87; los stakeholders de menor aportación son “Generaciones futuras” con una respuesta de 6,07 y “Competencia” con 6,03 puntos.

6.3.2 Calidad de vida

En “Calidad de vida” el índice de congruencia es 57,23 por ciento, el stakeholder de mayor aportación para esta línea estratégica es “Distribuidores, clientes y consumidores” con una respuesta de 11,4 puntos; después se ubica “Los accionistas e inversionistas” con 9,9; le sigue “Proveedores” con 9,47; después se encuentra “Personas que integran la empresa” con 9,27; “Generaciones futuras” con 6,37; le sigue “Competencia” con 6,33; después la puntuación baja considerablemente en “Comunidad-sociedad” con 3,43 puntos y el stakeholder de menor aportación es “Gobierno” con 1,07 puntos.

6.3.3 Generación y distribución de la riqueza

Se demuestra que “Generación y distribución de la riqueza” tiene un índice de congruencia de 62,70 por ciento, el stakeholder “Distribuidores, clientes y consumidores” es el de mayor aportación con 11,93 puntos; después se ubica “Los accionistas e inversionistas” con 10,47; le siguen “Personas que integran la empresa” con 9,23; después se encuentra “Proveedores” con 8,20; “Competencia” con 7,63, le sigue “Gobierno” con 6,77; al final los de menor aportación son “Generaciones futuras” con 4,57 puntos y “Comunidad-sociedad” con 3,90 puntos.

6.3.4 Conclusión del Índice de Congruencia

Las tres líneas estratégicas obtienen porcentajes que las ubican en un nivel “Mínimo” dentro del análisis del Índice de Congruencia, ocupan la sección “Amarilla” dentro del Semáforo de la Sostenibilidad, esto indica que las empresas del Subsector CIU C33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, están cumpliendo con lo mínimo en cuanto a Responsabilidad Social se refiere. Según lo analizado por el investigador esto se debe a que los encuestados piensan que este tema está dirigido a la grandes empresas mas no a la PYMEs, también dieron a entender que no se han preocupado por conocer más a fondo el tema, todavía no se ha creado una cultura de RSE en el Ecuador y por lo tanto

los empresarios cumplen con lo que exige la ley, la cual no obliga a las PYMEs a realizar informes de RSE ni a presentarlos conjuntamente con los balances anuales.

6.4 CUADRO DE RECOMENDACIONES

A continuación se encuentra el cuadro de recomendaciones para el subsector CIIUC33: Reparación e instalación de maquinaria y equipo, el cual ha sido realizado de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a las PYMEs del DMQ. Se trata de un análisis de causa-efecto que ayuda al investigador a dar un criterio acorde con la RSE y tenga un sustento legal según las leyes vigentes en el país.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Los accionistas e inversionistas	1	Falta de participación de todos los accionistas e inversionistas en la elaboración de la misión, visión y planificación estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de la importancia de la implementación de programas para el cumplimiento de objetivos y estrategias que vayan acorde con la misión y visión de la empresa y que se plantea en la Planificación Estratégica. 	X		C.- El grupo de accionistas e inversionistas deben involucrarse en la elaboración de la Planeación Estratégica de la empresa y estar al tanto de su implementación. Esta disposición constará en los estatutos y reglamentos internos.	L.- Código de Trabajo, Capítulo IV (De las obligaciones del empleador y el trabajador), Art. 42, Numeral 12.: Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado.....
		2	Solamente directivos y parte del área administrativa participan en la elaboración de la misión, visión y planeación estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> Las personas que integran la empresa no pueden apoyar desde su rol la implementación de la planificación estratégica ya que la mayoría desconoce o no tiene clara la misión y visión de la empresa. 	X		C.- La empresa debe mantener un sistema de comunicación con los stakeholders donde se difunda constantemente la misión, visión, valores empresariales y código de conducta.	L.- La Ordenanza Metropolitana de RS en el DMQ, No. 333, Art. 1.....toda organización moderna debería incorporar en sus operaciones, desde su estrategia fundamental, valores, políticas y prácticas en todos los niveles.....
		3	Solo los directivos participan en la elaboración de principios, valores y del código de conducta.	<ul style="list-style-type: none"> Existe desconocimiento de parte de las personas que integran la empresa sobre los principios, valores y código de conducta. 	X			Art. 3, Modelo de gestión.....de la asignación de responsabilidades y rendición de cuentas en todos los niveles. Parte de sus principios y valores, su misión y visión; y, se desglosa en políticas y prácticas...
		4	Los accionistas e inversionistas de la PYMEs no consideran necesario elaborar el Balance Social.	<ul style="list-style-type: none"> El stakeholder no conoce los impactos y riesgos derivados de las actividades empresariales. Desconoce los beneficios de la elaboración del Balance Social el cual incluye las Memorias de Sostenibilidad y el Estado de valor económico generado y distribuido (EVEGyD). 	X		<p>C.- Elaborar el Balance Social en base a la Norma ISO 26000 y las directrices del Global Reporting Initiative (GRI).</p> <p>C.- El Balance Social es necesario ya que es un instrumento que ayuda a las empresas a medir de forma clara y precisa el resultado de aplicar una política económico-social y ambiental.</p> <p>C.- Publicar el informe.</p>	L.- La Ordenanza Metropolitana de RS en el DMQ, No. 333, Art. 3, Informe de Responsabilidad Social....El alcance y escala del informe se adecúan al tamaño y naturaleza de la organización.... Art. 10 Requisito General y Art. 11 Del Balance Social.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Personas que integran la empresa	5	La empresa no incluye al stakeholder en la elaboración de la planeación estratégica, los empleados reciben las indicaciones de parte de los directivos para cumplir con las obligaciones.	<ul style="list-style-type: none"> Falta información y retroalimentación, hacia y desde los colaboradores. El stakeholder no tiene un conocimiento global de la planificación estratégica y por eso no dimensiona sus actividades con la estrategia central de la empresa. 	X		<p>C.- Mantener un sistema de comunicación continua desde la empresa hacia los stakeholders y viceversa, para que todos comprendan la planificación de la empresa y la impulsen desde su rol.</p>	<p>L.- Código de Trabajo, Capítulo IV (De las obligaciones del empleador y el trabajador), Art. 45 literal e)Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.....</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Proveedores	6	La empresa no ha elaborado políticas de RS que involucren al stakeholder.	<ul style="list-style-type: none"> La empresa no califica al stakeholder en base de los requisitos de RS, corre el riesgo de realizar una elección errónea. 		X	C.- Las empresas pueden tener mayor seguridad al evaluar a los proveedores en base a los requisitos de RS, de esta manera no correrán riesgos.	L.- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor , Capítulo V (Responsabilidades y Obligaciones del Proveedor) Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.- Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable. Art. 18.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.
		7	El stakeholder desconoce los requisitos que constan en el código de conducta, así como la declaración de principios y valores.	<ul style="list-style-type: none"> Se ve afectada la relación comercial entre la empresa y el stakeholder por desconocimiento del código de conducta, esto puede ocasionar malos entendidos o la terminación del contrato con el stakeholder. 		X	C.- Es necesario mantener informado al stakeholder para que éste actúe acorde con los principios y valores de la empresa.	

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Distribuidores, clientes y consumidores	8	El stakeholder no conoce y/o no muestra interés en el código de conducta de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Pérdida de imagen de la compañía ante al stakeholder y falta de políticas de comunicación. 		X	<p>C.- Informar al stakeholder de todas las cualidades del producto o servicio que está ofertando y difundir la información de la empresa mediante las diferentes vías de comunicación.</p>	<p>L.- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Capítulo II (Derechos y Obligaciones de los Consumidores), Art. 4.- ...Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;.....</p>
	Gobiernos	9	Las empresas no participan en los programas del gobierno para el desarrollo y acción social en el DMQ.	<ul style="list-style-type: none"> La empresa pierde la oportunidad de estar en contacto con la comunidad donde desarrolla sus actividades. Baja competitividad. . Dificultades para atraer financiamiento de nuevos inversionistas. Deterioro de la imagen y reputación. 		X	<p>C.- Coordinar con la cámara o gremio al que pertenece, la información oportuna sobre las iniciativas de los gobiernos seccionales o locales sobre la posibilidad de participación en programas comunitarios.</p> <p>C.- Inscribirse en los programas y participar de manera constante interactuando con la comunidad.</p>	<p>L.- La Ordenanza Metropolitana de RS en el DMQ, No. 333, Art. 7..... El Concejo Metropolitano de Responsabilidad Social del DMQ, identificará los principales incentivos que tienen las organizaciones para ser socialmente responsables y promoverá la articulación multisectorial, y el diseño de las propuestas de políticas, planes, programas y/o proyectos para motivar Responsabilidad Social con un enfoque sistémico.... L.- Agenda Ambiental Municipio del Distrito Metropolitano de Quito 2011-2016. Objetivo Estratégico 4: Promover la participación ciudadana y la corresponsabilidad en la gestión ambiental del DMQ. Meta 4.2</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Comunidad – sociedad	10	Desinterés de la empresa por conocer las necesidades de la comunidad donde desarrolla sus actividades.	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas no se enfocan en la gestión autónoma que puede realizar con la participación de otras allegadas en el entorno geográfico más próximo. La empresa no capta oportunidades capitalizables (de baja inversión) que puede beneficiar a sus stakeholders. 		X	<p>C.- Establecer programas que incluyan la participación de la comunidad en la empresa, se trata de realizar cosas simples de baja inversión que los beneficien y mantenga un ambiente de solidaridad y respeto entre las partes.</p>	<p>L.- La Ordenanza Metropolitana de RS en el DMQ, No. 333, Art. 10 Creación del Sistema de Incentivos a la Gestión de Responsabilidad Social,... Este sistema de incentivos se traduce en programas de fomento para mejoras de la competitividad responsable, asistencia técnica, incentivos tributarios, mejor calificación para el proceso de compras públicas, participación en foros, entre otros, a los que podrán acceder las organizaciones que desarrollan actividades en el DMQ que incorporen un modelo de gestión responsable.....</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Competencia	11	La empresa no tiene una relación con el stakeholder. No participan en cámaras y asociaciones del ramo enfocado a una mejor satisfacción de sus clientes.	<ul style="list-style-type: none"> La empresa carece de asociatividad, no mantiene una relación cercana con el stakeholder. Desconocen las ventajas competitivas de la competencia. Aumento de costos en asesoría y capacitación. 		X	<p>C.- Inscribir a las empresas a las diversas Cámaras.</p> <p>C.- Plantear un modelo de trabajo basado en la confianza y respeto que les ayude a lograr intereses iguales como (intercambio de servicios, capacitación, mantenimiento preventivo y correctivo de maquinaria y equipos).</p> <p>C.- Impulsar iniciativas en pro de la comunidad, y procurar el bienestar de la misma.</p>	<p>L.- Ley de Cámaras de Comercio. Art 4, literal d. Ley de Cámaras de Industrias. Art 3.L.- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Art. 4..... s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercadotransparente;.....Art.5...d. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva.</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	Generaciones futuras	12	La empresa no cuenta con programas para el cuidado del medio ambiente, y no incluye estas iniciativas en el presupuesto.	<ul style="list-style-type: none"> No se garantiza al stakeholder condiciones de vida saludables y de bienestar. Incremento en costos de salud de los stakeholders, debido al tratamiento inadecuado de los desechos. Pérdida de imagen y prestigio. Sanciones por parte de instituciones u organismos encargados de la vigilancia ambiental. 		X	<p>C.- Conocer leyes y reglamentos ambientales, obligatorios y opcionales, relacionados con su actividad; para posteriormente aplicar las iniciativas que correspondan.</p> <p>C.- Implantar estrategias y programas de gestión ambiental, internos y externos, que concienticen acerca de la importancia de la conservación del medio ambiente; así como programas de inversión para reciclaje.</p> <p>C.- Concientizar a las personas que integran la empresa sobre los cambios socio-ambientales que se dan en la actualidad y de cómo estos afectan al stakeholder. C.- Desarrollar el sentido ético de la compañía.</p>	<p>L.- Constitución de la República del Ecuador, Art.14...Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir....</p> <p>Art. 15...El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.....</p> <p>Art.66...Numeral.-15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental....</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	Los accionistas e inversionistas	1	La empresa no evalúa la calidad de vida del stakeholder.. Ausencia de una estructura de Gobierno Corporativo documentada.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento de conflictos de interés con el stakeholder. ▪ Disminución de la confianza por parte de los inversionistas. ▪ Dificultad para conseguir préstamos en condiciones financieras favorables. ▪ Las empresas no atraen a profesionales calificados para que se incorporen al directorio o a la gerencia. ▪ No existe garantía de la transparencia, en el uso de los recursos y la presentación de la información financiera. ▪ Causa desinterés en otros inversionistas por la falta de compromiso e incumplimiento con la ley de Societaria-Mercantil. 	X		<p>C.- Elaborar un Código de Ética que regule: comportamiento de los empleados, relaciones con terceros, la igualdad de trato a los accionistas, resolución de conflictos de interés, tratamiento de la información, cuidado del medio ambiente, seguridad, prevención de la corrupción.</p> <p>C.- Definir estructura y prácticas de gobierno corporativo que regulen el diseño, integración y funcionamiento de los órganos de gobierno de la empresa, y los lineamientos relacionados con accionistas, mecanismos de compensación y negociación equilibrada.</p> <p>C.- Velar por la calidad de vida y los intereses del stakeholder, cumplir y respetar los derechos de los accionista e inversionistas de la empresa, entregar la información actualiza y de manera oportuna.</p> <p>C.- Elaborar un informe anual de Buen Gobierno Corporativo.</p>	<p>L.- Constitución de la República del Ecuador, Título VI Régimen de Desarrollo, Art.276...Numeral 2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable... Numeral 3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público...L.- Lineamientos del Código Andino de Buen Gobierno Corporativo</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	Personas que integran la empresa	2	La empresa no realiza evaluaciones documentadas de clima laboral.. No cuentan con procedimientos documentados de Salud y/o Seguridad.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. ▪ Aumento de la rotación y ausentismo de los trabajadores. ▪ Disminución de la rentabilidad y productividad. ▪ Costos en salud de los stakeholders. (Subsidios, indemnizaciones). ▪ Afectación de la imagen y reputación de la empresa. ▪ Sanciones por parte de instituciones u organismos encargados. ▪ Desmotivación del Stakeholder, que incide negativamente en la productividad. 	X		<p>C.- Determinar normas y procedimientos de Salud y/o Seguridad.</p> <p>C.- Buscar asesoría y capacitación en temas relacionados con seguridad y salud en el trabajo.</p> <p>C.- Desarrollar una política empresarial para garantizar la Salud y/o Seguridad de las personas que integran la empresa.</p> <p>C.- Difundir programas de prevención y capacitación de riesgos del trabajo y mejoramiento del medio laboral.</p> <p>C.- Controlar cumplimiento del programa.</p> <p>C.- Mantener estadísticas acerca del avance y resultados (disminución/aumento de enfermedades y accidentes laborales).</p> <p>C.- Preocuparse por mantener un clima laboral óptimo que no intervenga con la productividad de la empresa.</p> <p>C.- La evaluación de clima laboral debe ser medida y documentada, los resultados que arroje deberán ser analizados.</p>	<p>L.- Normativa Ecuatoriana de Seguridad y Salud en el Trabajo, Sección Cuarta: De la Salud...Art. 42. Garantiza el derecho a ambientes laborales saludables...Art. 50. Protección especial en el trabajo y contra la explotación económica en condiciones laborales peligrosas.....Art. 53.- Prevención de la discapacidad, salud, educación, capacitación...L.- Código del Trabajo. Decreto 2393. Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo.Resolución 741. Reglamento General del Seguro de Riesgos del TrabajoResolución 957. Reglamento del Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo.</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	Distribuidores, clientes y consumidores	3	No dispone de un sistema de quejas y reclamos, la empresa no documenta las quejas y reclamos del stakeholder.	<ul style="list-style-type: none"> Insatisfacción del Stakeholder, no se analizan ni plantean mejoras a sus quejas y reclamos. 		X	<p>C.- La empresa debe adoptar un sistema de quejas y sugerencias que le permita conocer que opina el stakeholder del bien o servicio que entrega, se debe llevar un registro de las quejas realizadas y además dar seguimiento a las que fueron atendidas y solucionadas.</p>	<p>L.- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, CAPITULO II Derechos y Obligaciones de los Consumidores, Art. 4.- Derechos del Consumidor... Numeral-12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado...</p>
		4	La empresa no cuenta con mecanismos permanentes para evaluación de la satisfacción del stakeholder.	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de la opinión que tiene el stakeholder del producto o servicio que presta la empresa. 		X	<p>C.- Aplicar la evaluación de satisfacción del cliente en la empresa, ya que es una herramienta que ayuda a conocer lo que stakeholder desea y a determinar lo que valora. Es importante saber el punto de vista del stakeholder para poder aplicar políticas de mejora..</p>	<p>L.- REGLAMENTO GENERAL A LA LOSEP, CAPITULO IV, Normas Técnicas para la Certificación de la Calidad de Servicio, Art. 280...El sistema de control y certificación de calidad de servicio es el conjunto de políticas, normas, procedimientos e instrumentos de carácter técnico y operativo que garantizan la efectividad y productividad en la prestación de productos y servicios por parte de las instituciones....Art. 283.- De los efectos del informe de evaluación de calidad de servicio.- Los resultados del informe de evaluación de calidad de servicio permitirán: a) Establecimiento de la certificación de calidad de servicio.... e) Formular los programas de mejoramiento de la gestión institucional....</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
CALIDAD DE VIDA	Gobiernos	5	No promueven la participación en programas/eventos políticos, cívicos, sociales, y gremiales, de los stakeholders involucrados.	<ul style="list-style-type: none"> Distanciamiento entre la empresa y el stakeholder, deterioro de la imagen corporativa al no establecer mecanismos de comunicación desde y hacia el stakeholder. 		X	<p>C.- Desarrollar programas de comunicación internos y externos acerca de la importancia de la participación de los stakeholders en aspectos sociales, cívicos y gremiales que contribuyan al desarrollo.</p> <p>C.- Establecer una estrategia de participación en la cual se identifique a la comunidad-sociedad que son más sensibles al desarrollo de las operaciones del subsector.</p> <p>C.- Optar por mecanismos de participación; relacionados con trabajo comunitario, vinculación a gremios o cámaras, elaboración de políticas públicas y proyectos que contribuyan al desarrollo del Bien Común.</p> <p>C.- Definir mecanismos de evaluación y corrección del proceso de participación.</p>	<p>L.- Constitución de la República del Ecuador. Capítulo Noveno. Responsabilidades. Art. 83. Numeral 17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.</p>
	Competencia	6	Inexistencia de mecanismos de comunicación transparente para promover el desarrollo del subsector.	<ul style="list-style-type: none"> El subsector no fomenta reuniones donde se tome en cuenta la competitividad. Desaprovecha la posibilidad de asociación en pro del bien común, en relación a negociación con proveedores de maquinaria o materia prima. Incremento de costos. 		X	<p>C.- Propiciar espacios de diálogo con los competidores; mediante las respectivas asociaciones o cámaras.</p> <p>C.- Compartir e intercambiar experiencias sobre producción, comercialización, servicio al cliente, etc.</p> <p>C.- Promover acciones en conjunto a favor de la comunidad.</p>	<p>L.- Ley de Cámaras de Comercio. Art 11 L.- Ley Orgánica de Libre Competencia Económica, Consejo Ecuatoriano de la Competencia(CECOM)</p>

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	Personas que integran la empresa	1	Carencia de mecanismos de conciliación vida familiar-laboral para sus colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de las necesidades materiales y psicológicas del stakeholder, generan un conflicto interno. Indiferencia al desarrollo de las competencias de los trabajadores. Disminución en el rendimiento en el puesto de trabajo, que afecta la productividad y rentabilidad. Incremento de la rotación del personal en las áreas productivas. 	X		<p>C.- Crear espacios de diálogo con el stakeholder para determinar sus necesidades materiales y psicológicas.</p> <p>C.- Desarrollar e implementar políticas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad laboral (horario flexible, trabajo a tiempo parcial, tiempo libre para formación, trabajo a distancia) - Apoyo profesional y asesoramiento - Servicios familiares (centro médico, guarderías, transporte) - Beneficios extra salariales (seguros médicos, planes de jubilación). - Programas de recreación y deportes. 	L.- Ordenanza Metropolitana de RS del DMQ No. 333, Art. 11 Del Balance Social, literal a) Talento Humano.

		No.	CAUSA	EFECTO	AMBIENTE		RECOMENDACIÓN	
					INT.	EXT.	PROPUESTA / CRITERIO USADO (C)	LEGISLACIÓN (L)
GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA	Comunidad - sociedad	2	No existen programas y/o eventos en las empresas que involucren a la comunidad-sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deterioro de la imagen y reputación de las empresas del subsector. ▪ Disminución de la lealtad y preferencia de los consumidores, afectando a ventas y la rentabilidad. ▪ No se atraen a nuevos inversionistas. ▪ Aumento de conflictos con la comunidad-sociedad. 		X	<p>C.- Conocer las necesidades de la comunidad, a través de encuestas o censos.</p> <p>C.- En base a los resultados, estructurar programas de desarrollo con la participación de miembros de la empresa y la comunidad.</p> <p>C.- Generar actividades que se desarrollen de manera directa en la comunidad en áreas de nutrición, salud, educación, cultura, etc.</p> <p>C.- Evaluar los efectos de la participación en la comunidad-sociedad.</p>	L.- Ordenanza Metropolitana de RS del DMQ No. 333 , Art. 11 Del Balance Social, literal d) Comunidad.
	Generaciones futuras	3	Falta de conocimiento sobre los efectos de sus actividades en el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contaminación, propagación de enfermedades. ▪ Pérdida de reputación e imagen corporativa ▪ Incremento en los costos de actividades de saneamiento ambiental, multas municipales, etc. 		X	<p>C.- Crear programas que fomenten la concientización acerca de la conservación del medio ambiente</p> <p>C.- Trabajar internamente y con la comunidad programas de reciclaje y la correcta clasificación de los desechos.</p> <p>C.- Realizar informes de impacto ambiental esporádicamente.</p>	<p>L: Ordenanza Metropolitana de RS del DMQ, Art. 11 Del Balance Social, literal c) Ambiente. Constitución de la República del Ecuador. Capítulo Segundo. Sección primera. Art. 395, numeral 269.</p> <p>Ley de Gestión ambiental. Código de la producción. Libro VI. Sostenibilidad de la Producción y su relación con el ecosistema.</p> <p>Guía de prácticas ambientales de la Dirección Metropolitana Ambiental del DMQ.</p>

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

1. ACCIÓN EMPRESARIAL. (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el mundo*. Chile: BSR Education Fund. 1ra. Edición.
2. ACCOUNT ABILITY INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. *Norma sobre aseguramiento AA1000*. Londres. P.7-9
3. A. G. RODRÍGUEZ (2003). *La realidad de la PYME en Colombina: Desafío para el Desarrollo*. FUNDES. Fotolito Colombia Prerensa Digital. p 7-17.
4. BIDHAN L.PARMAR, R. EDWARD FREEMAN, JEFFREY S. HARRISON, ANDREW C. WICKS, SIMONE DE COLLE, LAUREN PUMELL. *“Teoría de Stakeholders : Estado del Arte”*, 2010
5. CEPYME. (2002). *Manual para la implementación de un sistema de gestión según OHSAS 18001:2007*. p.4-32
6. COMISIÓN EUROPEA. *Responsabilidad Social Empresarial para Pequeñas y Medianas Empresas: Paso a Paso para PyMES*. PUBLICACIONES DE EMPRESA E INDUSTRIA. p 7- 43.
7. DOMÍNGUEZ. S, (2011) *“Investigación de mercados”*, Agencia de Mercadeo para Pymes y Microempresas
8. E. BISAMA C. *“Teoría de Stakeholders”*, 2010.
9. E. FREEMAN. (1984) *“Dirección Estratégica: Un enfoque de las partes interesadas”*, Boston: Printman.
10. Fuentes de documentos de ISO. 2009. *ISO 26000 Norma sobre Responsabilidad Social*. p.2-4.
11. H. RIVERA R. y M. MALAVER R. (2011). Documento de Investigación. *“La Organización: los stakeholders y la responsabilidad social”*. Bogotá. pag.19-24
12. I. LÓPEZ TRIANA. *Origen y Tendencias de la RSE*. Opinión. p1.
13. J. C. VALDA. (2011). *Chile: Microempresas y PYMEs lideran la creación de empleo en el último año*. Chile p 1.
14. L. A. MACÍAS (2011). *Responsabilidad Social Empresarial de Colombia*. Editorial. p.13-15.
15. M. ADAMS. (2012). *El Estado de la RSE en las PYME's de Chile*. Capacitarse p.1.

16. M. E. WAGNER. “*Creación de valor compartido*”. ACCIÓN RSE. pag.4
17. NORTH AMERICAN FREE TRADE AGREEMENT *Acuerdo entre los gobiernos de Canadá, México y Estados Unidos*. 1994.
18. NACIONES UNIDAS, *Definición del Informe Brundtland*, 1987
19. S/N. 2005. *La norma SGE21: Certificación en Gestión Ética y Socialmente Responsable*. p.5-12.
20. TAMAYO M. (1996). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa. 3ra.edición
21. T. HOLLENHORST. C. JOHNSON. 1997. *Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial*. Estados Unidos. p.2
22. UNIAPAC, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU.)* Serie M, No. 4/Rev. 4. PDF. p. 105
23. UNIAPAC. (2008). La Rentabilidad De Los Valores. *Una visión cristiana de la Responsabilidad Social Empresarial - Una forma de gestión para empresas que perduran*. México: Editorial de la Confederación de las Uniones Sociales de Empresarios de México A.C. Págs.12-16.

REVISTAS

1. M. A. AXTLE ORTIZ y C. M. BARBER KURI. (2007). *La Responsabilidad Social en las PYME's*. Fortuna. p.1.
2. R. MORÁN. (2011). *¿Cómo lograr autenticidad en la RSE?*. Quito: Revista EKOS, pág. 56.

INTERNET

1. ACCIÓN EMPRESARIAL
www.accionempresarial.cl
2. ACCIÓN RSE
<http://www.accionrse.cl/> <http://www.alianzasocialvenamcham.blogspot.com/>
3. CEMEFI
<http://www.cemefi.org/>
4. INNPULSA MiPyme COLOMBIA.
[<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=23362>].

5. INSTITUTO ARGENTINO DE RSE – IARSE. (2005).
[http://www.deres.org.uy/home/descargas/guias/Paso_a_paso_para_PyMES_IARS_E.pdf]
6. LOS 8 OBJETIVOS DEL MILENIO
[http://www.cinu.mx/minisitio/ODM8/los_8_objetivos_del_milenio/].
7. NACIONES UNIDAS.
[<http://www.un.org/es/globalcompact/>]. Pacto mundial. p.1
8. OBSERVATORIO DE RSC, MADRID (2013)
<http://observatoriorsc.org>,
9. OIT. (2010). **La OIT y la Responsabilidad Social de la empresa.**
[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/-multi/documents/publication/wcms_142694.pdf].
10. SECCIÓN PYMES – FUENTES DE FINANCIAMIENTO COLOMBIA.
S/N. [<http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/financiacion.htm>].
11. SUMAR
www.sumar.com.co

PAPERS

1. ACCIÓN EMPRESARIAL., (2003). *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y el Mundo.*
2. CIIU. *Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas*, Revisión-4, Naciones Unidas, 2009.
3. EDBERTO. (2011). *Responsabilidad y Pymes Parte*. Artículo Educación. p 1.
4. FUNDACIÓN ROGER TORNÉ (2012). *RIO+2: El reto de una economía sostenible para el siglo XX.I*
5. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. (2011). *Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Medios.*
6. O. GONZÁLEZ. (03/06/2011). *Pymes generan 72% del empleo en México.* México. Diario El Universal. Artículo. p.1.
7. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “*Diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito*”
8. S/N (2012). *Pymes de Colombia son las más óptimas de la región.* Artículo.
9. UNIAPAC LATINOAMERICANA, Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial centrada en la persona, “*Guía para una gestión empresarial integral*

ANEXOS

ANEXO N° 1

Encuesta del Proyecto de Investigación: “Diagnóstico de Sostenibilidad para valorar la gestión de Responsabilidad Social (RSE) en las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito”

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

INFORMACIÓN GENERAL	
Nombre o razón social de la empresa _____	
RUC / Cédula No. _____	
Dirección: Calle principal _____	No. _____
Intersección _____	Barrio _____
Nombre del Gerente General / Entrevistado _____	
Teléfonos empresa _____	Celular _____
Correo electrónico: Empresa _____	Código CIU _____

	I ÉTICA Y TRANSPARENCIA Vigencia de Valores	NO 0	PARCIALMEN TE 1	SI 2
	a) Los accionistas e inversionistas			
1	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores; del código de conducta y de las políticas de gobierno corporativo?			
2	¿Están comprometidos con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
3	¿Se informa adecuadamente a los accionistas e inversionistas sobre la realidad económico-financiera de la empresa, patrimonio de la empresa inversiones efectuadas, rentabilidad de las inversiones, beneficios obtenidos, distribución de los beneficios y provisión de reservas?			
4	¿Se evita facilitar información privilegiada que beneficie a unos accionistas e inversionistas con menoscabo de los intereses de otros, incluso de la propia empresa?			
5	¿Participan en la planeación estratégica de la empresa?			
6	¿Incorporan en el Balance Social (Informe de RSE) a los accionistas e inversionistas?			
	b) Personas que integran la empresa			
7	¿Todo el personal conoce, comprende y comparte la misión y visión de la empresa?			
8	¿La dignidad de la persona es un valor estimado y respetado en todos los ámbitos de la empresa?			
9	¿Participan en la elaboración de la declaración de principios y valores y del código de conducta?			
10	¿Están comprometidos, el personal, con la declaración de principios y valores y su código de conducta?			
11	¿Conocen y aplican el código de conducta de la organización?			
12	¿Participan en la planeación estratégica de la empresa?			
13	¿Apoyan, desde su rol, la realización del plan de la empresa?			
14	¿Aplican un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde los colaboradores?			
	c) Proveedores			
15	¿En el código de conducta se incorpora un tema relacionado con los proveedores?			
16	¿Cuenta con programas de difusión de valores y principios para los proveedores, en donde se incluyan los acuerdos comerciales en particular la fecha de pago?			
17	¿Los valores y la conducta empresarial, son tomados en cuenta a la hora de seleccionar un proveedor?			
18	¿Los proveedores, conocen y respetan la declaración de principios y valores y el código de conducta de la organización?			
19	¿Respetan la propiedad intelectual de sus proveedores?			
20	¿Incorporan en el Balance Social (Informe de RSE) a sus proveedores?			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
21	¿En el código de conducta se incorpora un tema relacionado con este grupo?			

22	¿Comunica los principios y valores a través de sus productos y/o servicios a distribuidores clientes y consumidores?			
23	¿Los productos y/o servicios que ofrece a este grupo son congruentes con sus principios y valores?			
24	¿Proporciona de manera transparente la información necesaria sobre sus productos y/o servicios?			
25	¿Aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo?			
26	¿Se incorpora en el Balance Social (Informe de RSE) a este grupo?			
	e) Gobierno			
27	¿En el código de conducta se incorpora un tema relacionado con este grupo?			
28	¿Se acatan leyes, reglamentos, códigos y/o normas a las que está sujeta la empresa?			
29	¿Aún considerando que las obligaciones que impone el Estado son excesivas, considera que cumplirlas es un deber moral de la empresa?			
30	¿Existe una política clara y aplicada de no participación en actos de corrupción?			
31	¿Participan colaboradores de su empresa en los programas de gobierno para el desarrollo y acción social en el DMQ?			
32	¿Colabora con las autoridades en todo aquello que es de su competencia, para mejorar a la sociedad a la que sirve?			
33	¿Se incorpora en el Balance Social (Informe de RSE) a este grupo?			
	f) Comunidad – sociedad			
34	¿En el código de conducta se incorpora un tema relacionado con este grupo?			
35	¿Incluye en su gestión empresarial el desarrollo de la familia de sus colaboradores y la comunidad?			
36	¿Se aplica un mecanismo frecuente de información y retroalimentación, hacia y desde este grupo?			
37	¿Se analiza el impacto social de las decisiones?			
38	¿Participan miembros de su empresa en programas cívicos para el desarrollo y de acción social, en el DMQ?			
39	¿Existe un Balance Social (Informe de RSE)?			
40	¿Se difunde el Balance Social (Informe de RSE) a estos grupos de interés?			
	g) Competencia			
41	¿Se incluye a este grupo en el código de conducta?			
42	¿Respetan las marcas y productos registrados?			
43	¿Cuenta con una política clara y aplicada de rechazo a prácticas de robo, contrabando y piratería?			
44	¿Evitan cualquier otro tipo de comportamiento desleal, como desacreditar al competidor o a sus productos?			
45	¿Participan en cámaras y/o asociaciones del ramo, enfocado a una mejor satisfacción de sus clientes?			
	h) Generaciones futuras			
46	¿Incluyen una visión de mundo sostenible para este grupo en sus principios y código de conducta?			
47	¿Cuentan con programas de formación, internos y externos, para el cuidado del medio ambiente?			
48	¿Conocen las leyes y reglamentos ambientales que le corresponden?			
49	¿Tienen un programa de reducción de impacto ambiental negativo operando?			
50	¿Incluyen, en su Balance Social (Informe de RSE), un diagnóstico del impacto ambiental de la empresa?			

	II CALIDAD DE VIDA NECESIDADES HUMANAS	NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
	a) Los accionistas e inversionistas			
1	¿Cuenta con una estructura de Gobierno Corporativo documentada, que dé certidumbre y amplia participación en las decisiones de la organización a los Accionistas e inversionistas?			
2	¿Los Accionistas e inversionistas se encuentran sensibilizados acerca del impacto de la empresa en la calidad de vida de las personas que integran sus grupos relacionados?			
3	¿Cuentan con una estrategia de vinculación entre los Accionistas e inversionistas y los grupos relacionados de la empresa?			
4	¿Ha establecido un diálogo con Accionistas e inversionistas para involucrarnos y comprometerlos en el proceso de RSE?			
5	¿Los Accionistas e inversionistas apoyan que la gestión de la empresa favorezca la calidad de vida de los colaboradores?			
6	¿Evalúan el impacto en la calidad de vida de sus grupos relacionados y se informa a los accionistas e inversionistas?			
7	¿Se considera al accionista como un agente de transformación en la empresa y se encuentra íntimamente vinculado con el proceso de desarrollo de la misma?			
	b) Personas que integran la empresa			
8	¿Existen programas/eventos, que permiten a su organización estar al tanto y cumplir con la legislación laboral y los cambios que en ésta se presenten?			
9	¿Los procesos de perfiles de puestos, reclutamiento, selección, contratación, capacitación y evaluación del personal están documentados, son transparentes y se rigen bajo una política de no discriminación (de ninguna clase ni tipo) y son			

	aplicados consistentemente?			
10	¿Cuenta la empresa con criterios establecidos y conocidos para desvincular al personal, que tienen como objetivo considerar también el bien particular de la persona?			
11	¿Cuenta con mecanismos que permitan incentivar la participación y la productividad de los colaboradores?			
12	¿Promueven el respeto a la integridad de las personas y su desarrollo integral, dentro y fuera del trabajo?			
13	¿Cuenta con programas de apoyo a la maternidad/paternidad y la infancia de los colaboradores?			
14	¿Cuentan con esquemas que promuevan la participación de sus empleados en la gestión de la empresa, y reconoce las iniciativas de los colaboradores?			
15	¿Realizan evaluaciones de ambiente laboral y establece acciones de mejora con base en los resultados?			
	c) Proveedores			
16	¿Cuenta con mecanismos, transparentes y legales que le permita conocer las prácticas laborales de sus proveedores?			
17	¿Existen medidas previstas para el caso en que los proveedores den atenciones o regalos a sus colaboradores?			
18	¿Cuenta con reglas precisas y documentadas para el trato respetuoso con sus proveedores?			
19	¿Ha establecido y documentado mecanismos precisos para la conciliación de diferendos con sus proveedores?			
20	¿Documenta debidamente y con transparencia los procesos de selección, contratación y evaluación de proveedores?			
21	¿Rechaza la posibilidad de trabajar con proveedores con malas prácticas laborales o ambientales?			
	d) Distribuidores, clientes y consumidores			
22	¿Informan de manera clara y precisa el contenido de sus productos y servicios?			
23	¿Utiliza insumos que cumplen las normas de calidad obligatorias en la fabricación de sus productos y/o servicios?			
24	¿Se facilita la información necesaria sobre seguridad y salubridad de los productos y sobre instrucciones de uso adecuado?			
25	¿Cuenta con reglas precisas para el trato respetuoso con sus clientes, consumidores y distribuidores?			
26	¿Ha documentado y establecido políticas para hacer efectivas las garantías y quejas?			
27	¿Los clientes siempre reciben los bienes / servicios comprometidos?			
28	¿Cuenta con mecanismos permanentes para la evaluación de la satisfacción de sus clientes, consumidores y distribuidores?			
29	¿Cuenta con una política de atención a clientes?			
	e) Gobierno			
30	¿Existen programas/eventos, que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de la participación político/social como parte del desarrollo integral de las personas y las comunidades?			
31	¿Tiene programas de comunicación interna y externa para fomentar la conciencia y participación cívica y social?			
32	¿Ha participado en la elaboración de políticas públicas a nivel nacional, provincial o local en función del Bien Común?			
33	¿Participa en proyectos de desarrollo local?			
34	¿Evalúa su participación político/social?			
	f) Comunidad – sociedad			
35	¿Incentiva la participación social y gremial de todos sus grupos involucrados?			
36	¿Participa en asociaciones del sector para promover agendas en función del Bien Común?			
37	¿Ha tenido acercamientos con Organizaciones no Gubernamentales para colaborar en proyectos comunes?			
38	¿Cuenta con mecanismos de evaluación que mida el impacto de su participación social y gremial?			
39	¿Existe un informe específico de las causas sociales y gremiales apoyadas por la empresa?			
	g) Competencia			
40	¿Cuenta con mecanismos de acercamiento sanos con sus competidores y las autoridades para evitar prácticas monopólicas?			
41	¿Ha establecido mecanismos de diálogo transparente con su competencia que promueva el desarrollo de su sector?			
42	¿Ha generado y documentado algún mecanismo para compartir mejores prácticas entre competidores?			
43	¿Ha implementado junto con su competencia acciones a favor de su comunidad?			
44	¿Sus competidores cuentan con la confianza de acercarse a dialogar con su empresa?			
	h) Generaciones futuras			
45	¿Cuenta con mecanismos documentados de aseguramiento del cuidado del medio ambiente?			
46	¿Cuenta con procedimientos documentados de Salud y/o Seguridad?			
47	¿Ha establecido procedimientos para el manejo adecuado de residuos y/o desperdicios provenientes de su operación?			
48	¿Participa en programas comunitarios locales y provinciales de mejora del medio ambiente?			
49	¿Incorpora en sus políticas y prácticas el reconocimiento del impacto negativo de sus operaciones en las generaciones futuras?			
50	¿Incorpora en el Informe de RSE de la empresa el tema del impacto ambiental y el progreso logrado?			

III GENERACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES MATERIALES		NO 0	PARCIALMENTE 1	SI 2
a) Los accionistas e inversionistas				
1	¿Cuentan con mecanismos, documentados, de negociación equilibrada de participación de la riqueza que beneficien a todos los grupos relacionados?			
2	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren la formación/concientización de los accionistas e inversionistas?			
3	¿Cuentan con programas de Inducción a los objetivos económicos, sociales y ambientales?			
4	¿Retribuyen a los inversionistas según lo acordado?			
5	¿Realizan varias reuniones, durante el año, para informar a los inversionistas de los resultados?			
6	¿Han propuesto ante sus accionistas e inversionistas mecanismos de compensación en la distribución de las utilidades/beneficios entre los colaboradores?			
b) Personas que integran la empresa				
7	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y psicológicas de sus colaboradores?			
8	¿Existen programas y/o eventos en la empresa, que involucren la formación de los colaboradores?			
9	¿Cuentan con un sistema de sueldos y seguridad social legal, transparente y conocido por los colaboradores; que reconozca equitativamente las aportaciones y que incluya mecanismos de participación en los beneficios?			
10	¿Cuentan con condiciones y ambiente de trabajo que respeten la dignidad de la persona?			
11	¿Cuentan con un sistema de beneficios al personal no obligatorios que la empresa ofrece y que son aplicados con justicia y equidad para todos y no discriminatorio?			
12	¿Cuentan con mecanismos de conciliación vida familiar-vida laboral para sus colaboradores?			
13	¿Existe algún tablero de control y seguimiento (tipo Balanced Scorecard) con indicadores sobre el avance en la satisfacción de las necesidades de sus colaboradores?			
c) Proveedores				
14	¿Cuentan con mecanismos documentados de negociación justa y equilibrada con sus proveedores?			
15	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus proveedores?			
16	¿Han establecido un programa o mecanismo para impulsar y/o incrementar la participación de proveedores locales?			
17	¿Se desarrollan acciones proactivas y recurrentes para detectar las necesidades de sus proveedores y contribuir a su desarrollo?			
18	¿Retribuyen a los proveedores según lo acordado en tiempo y forma?			
19	¿Existen mecanismos que le permitan conocer como lo evalúan sus proveedores?			
20	¿Han realizado un censo del impacto en empleo que se genera alrededor de su actividad?			
d) Distribuidores, clientes y consumidores				
21	¿Cuenta con mecanismos, documentados, de negociación justa y equilibrada con sus Distribuidores, que tengan impacto directo en beneficio de los clientes y consumidores finales?			
22	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de sus Distribuidores?			
23	¿Aplica una política de precios justos?			
24	¿Implementa planes de venta transparentes y veraces para sus productos y servicios?			
25	¿Existen políticas que evitan / prohíben / impiden el uso de pagos indebidos o beneficios implícitos para concretar ventas?			
26	¿Existen programas de capacitación al personal en general, para que sea capaz de brindar un óptimo servicio al cliente?			
27	¿Realizan sistemáticamente estudios de mercado para tomar en cuenta las necesidades de diferentes sectores para diseñar y diversificar sus productos y servicios?			
28	¿Existe un mecanismo que le permita conocer como lo evalúan sus Distribuidores Clientes y Consumidores?			
e) Gobiernos				
29	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a todos sus grupos involucrados concientizarse de la importancia de ser contribuyentes cumplidos?			
30	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que permitan a su organización estar al tanto y cumplir con los cambios en la legislación fiscal que le compete?			
31	¿Aplica y documenta una política de no evasión fiscal?			
32	¿Se evita la compra de voluntades con la finalidad de conseguir ventajas, servicios, contratos, autorizaciones, permisos, etc.?			
33	¿Cuentan con informes específicos del cumplimiento con las leyes vigentes?			
f) Comunidad - sociedad				

34	¿Han realizado un censo de necesidades materiales y sociales de la(s) comunidad(es) en la(s) que está(n) asentados?			
35	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren el desarrollo de la comunidad?			
36	¿Cuenta con condiciones y ambiente de trabajo que respete y mejore el entorno social y cultural de la comunidad?			
37	¿Pone la empresa al servicio de la comunidad bienes propios?			
38	¿Existe un mecanismo que le permita conocer como lo evalúan en la comunidad?			
39	¿Han realizado un censo del impacto social y cultural que se genera alrededor de su actividad?			
	g) Competencia			
40	¿Cuenta con mecanismos documentados, de negociación transparente, legal y equilibrada que permitan la competitividad en su sector?			
41	¿La promoción de sus productos o servicios, se basa fundamentalmente en una honesta difusión de sus características y condiciones?			
42	¿Existen programas/eventos, en la empresa, que involucren el desarrollo de una legal y sana competencia?			
43	¿Aplica una política de competencia justa?			
44	¿Rechaza los mecanismos de fijación de precios junto con su competencia en su propio sector?			
45	¿Existe un mecanismo que le permitan conocer como lo evalúa su competencia?			
	h) Generaciones Futuras			
46	¿Existen programas y/o eventos en la empresa que involucren la concientización acerca de la conservación del medio ambiente?			
47	¿Diseñan procesos, productos y servicios amables con el medio ambiente?			
48	¿Cuenta con un programa de inversión para reciclaje?			
49	¿Cuenta con una política o programa de retribución al medio ambiente por las afectaciones generadas a partir de su actividad?			
50	¿Cuenta con informes específicos del impacto ambiental de su actividad?			

ANEXO N° 2

Clasificación PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito del subsector CIU C33:**Reparación e instalación de maquinaria y equipo**

C33	REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO.		
	DENOMINACION	TAMAÑO	CIU
1	PROINPETROL DEL ECUADOR CIA. LTDA.	MEDIANA	C3311.01
2	SERVICIOS E INSPECCIONES PETROLERAS CABRERA INSEPECA CIA. LTDA.	MEDIANA	C3311.02
3	NIPNEGOCIOS INDUSTRIALES Y PETROLEROS S.A.	PEQUEÑA	C3312.12
4	TECNICA CONSTRUCCION Y PRODUCCION SA TECNIPROSA	PEQUEÑA	C3312.13
5	MISSIONPETROLEUM S.A	MEDIANA	C3312.13
6	HOERBIGER DEL ECUADOR S.A.	MEDIANA	C3312.13
7	PDEA PETROCABEZAL DEL ECUADOR Y AMAZONIA S.A.	PEQUEÑA	C3312.13
8	MAQUINARIAS Y SERVICIOS PETROLEROS MAQUISERPE CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3312.13
9	CARRARA LA CASA DEL SELLADO DE FLUIDO CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3312.13
10	MECANICA INDUSTRIAL ANGEL MARIA LUNA C.A.	PEQUEÑA	C3312.42
11	SERVICIOS TECNICOS Y PROVEEDORA INDUSTRIAL SETEPROIN CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3312.42
12	EMIND CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3312.43
13	DIEL INDUSTRIA ELECTRONICA SA	PEQUEÑA	C3312.50
14	PRINELECING CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3312.60
15	PRECISION Y CONTROL, PRECITROL S.A.	PEQUEÑA	C3312.92
16	FICARDER S.A.	PEQUEÑA	C3312.92
17	BRACERO & BRACERO CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3312.92
18	CONSNECOM E&G CONSORCIO DE NEGOCIOS Y COMERCIO ERAZO & GALLEGOS CIA. LTDA	PEQUEÑA	C3312.92
19	DIAGNOSTICO SIMPLIFICADO DE PROBLEMAS EN EQUIPAMIENTO MEDICO DISPROMEDIC CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3313.02
20	PACACEVI S.A.	PEQUEÑA	C3314.02
21	NOBATEL TECNOLOGIA C.L.	PEQUEÑA	C3314.02
22	INDUSTRIAS LOGACHO ALMEIDA CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3314.02
23	PROMETRONIC TECNICOS EN PROYECTOS MECANICOS Y ELECTRICOS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3314.02
24	METREXLAB EQUIPOS TECNICOS Y SERVICIO ESPECIALIZADO CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3314.03
25	MODERNA DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS C.A. MODESERVI	PEQUEÑA	C3314.06
26	CET CONSTRUCCIONES S.A.	PEQUEÑA	C3314.06
27	AEROLIDER SERVICIOS Y MANTENIMIENTO CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3315.05
28	REPRESENTACIONES TECNICAS Y MANTENIMIENTO RETENA SA	PEQUEÑA	C3320.01
29	COMERCIAL BUON RICORDO S.A.	PEQUEÑA	C3320.01
30	SEASTECI SERVICIOS Y ASISTENCIA TECNICA INDUSTRIAL CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3320.01
31	MEGATECNICOS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3320.01
32	JML CONSTRUCCIONES ELECTROMECAICAS CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3320.01
33	SERVICIOS DE INSTRUMENTACION Y CONTROL DE PROCESOS S.A. INCOPRO	PEQUEÑA	C3320.02
34	SENSICONTROL SENSORES Y CONTROLES DEL ECUADOR CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3320.02
35	SERVICIOS TECNICOS INDUSTRIALES K-STI CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3320.02
36	ULIANOFF RODRIGUEZ CIA. LTDA	PEQUEÑA	C3320.04
37	BEST SUPPLY TECHNOLOGY B & S C.A.	PEQUEÑA	C3320.09
38	PROCITEL S.A.	PEQUEÑA	C3320.09
39	HIDROSERVICES S.A.	PEQUEÑA	C3320.09
40	KOMPACTASA S.A.	PEQUEÑA	C3320.09
41	INSTALACIONES DE REDES DE DATOS, TELEFONIA Y ELECTRICIDAD S.A. INSDATEL	PEQUEÑA	C3320.09
42	INGENIERIA PARA ELECTROMEDICINA E INDUSTRIA INGELIN CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3320.09
43	PROYECTOS E INGENIERIA PROING CIA. LTDA.	PEQUEÑA	C3320.09

Fuente: Superintendencia de Compañías**Elaborado por:** Carla Hinojosa